

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำนโยบายส่งเสริมท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ
กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายสาธารณะ

ธันวาคม 2558

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำนโยบายส่งเสริมท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ
กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายสาธารณะ

ธันวาคม 2558

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำนโยบายส่งเสริมท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ
กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายสาธารณะ

ธันวาคม 2558

กมลวรรณ เต็งชาตะพันธุ์. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำนโยบายส่งเสริมท่องเที่ยววิถีไทยไป

ปฏิบัติกรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. สารนิพนธ์ ปร.ม.

(นโยบายสาธารณะ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์: อาจารย์ ดร.นิติ มณีกาญจน์.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำนโยบายส่งเสริมท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยใช้ทฤษฎีการนำนโยบายไปปฏิบัติของ Donald S. Van Meter และ Carl E. Van Horn ในการศึกษา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือเจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานสมุทรสงคราม จำนวนทั้งสิ้น 9 ซึ่งการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณที่ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือหลักในการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิตและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณในการทดสอบสมมติฐาน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านวัตถุประสงค์ของนโยบาย, ด้านทรัพยากรนโยบาย, ด้านการสื่อสารระหว่างหน่วยงานกับผู้ประกอบการ, ด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง, ด้านคุณสมบัติหน่วยงานที่รับผิดชอบ และด้านทัศนคติของผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ มีผลต่อความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งหมดทุกปัจจัย ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้และสอดคล้องกับทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ด้วย

THE FACTORS AFFECTING THE SUCCESS OF 2015 DISCOVER THAINESS POLICY
IMPLEMENTATION : A CASE STUDY OF AMPHAWA FLOATING
MARKET SAMUT SONGKHRAM PROVINCE



AN ABSTRACT
BY
KAMONWAN TENGCHATAPAN

Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Master of Public Administration Degree in Public Policy
at Srinakharinwirot University

December 2015

Kamonwan Tengchatapan. (2015). **The Factors Affecting the Success of 2015 Discover THAINESS Policy Implementation: A Case Study of Amphawa Floating Market, Samut Songkhram Province.** Master's Project, M.P.A. (Public Policy). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Project Advisor: Dr. Niti MAneekarn.

The objective of this research was to study the factors affecting the success of the 2015 Discover THAINESS policy implementation: a case study of Amphawa Floating Market Samut Songkhram Province using a theory of policy implementation (by Donald S. Van Meter Carl E. Van Horn in study). The sample was 9 Tourism Authority of Thailand officers. This research is a quantitative research, with a questionnaire used as research tool. The data were analyzed for percentage, arithmetic mean, and standard deviation. Multiple linear regression was used for hypothesis testing. The research showed that Policy Standards and Objectives, Policy Resources, Inter-Organizational Communication and Enforcement Activities, Economic Social and Political Conditions, The Characteristics of Implementing Agencies and The Disposition of Implementers affect the success of the policy implementation at the significance level 0.05. All factors follow the hypothesis and are consistent with the theory in this research.

สารนิพนธ์

เรื่อง

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำนโยบายส่งเสริมท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ

กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

ของ

กมลวรรณ เต็งชาตะพันธุ์

ได้รับการอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายสาธารณะ

ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

.....รักษาราชการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(รองศาสตราจารย์ ดร.ดุษฎี โยเหลา)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ. 2558

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

คณะกรรมการสอบปากเปล่า

.....ประธาน

(อาจารย์ ดร.นิติ มณีกาญจน์)

(อาจารย์ ดร.นิติ มณีกาญจน์)

.....กรรมการ

(อาจารย์ ดร.มานิชญ์ อารีย์)

.....กรรมการ

(อาจารย์ ดร.จิรภา พุทธทรัพย์)

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาของ อาจารย์นิติ มณีกาญจน์ อาจารย์ที่ปรึกษา
สารนิพนธ์ ที่กรุณาให้คำปรึกษา คำแนะนำ ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆในการศึกษา ด้วยความ
เอาใจใส่เป็นอย่างยิ่ง ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณ อาจารย์มานิษฐ์ อารีย์ และ อาจารย์จิรภา พฤษ์พาดิ ที่ให้ข้อเสนอแนะ
และคำแนะนำในการแก้ไขข้อบกพร่อง ในการสอบเค้าโครงสารนิพนธ์และการสอบปากเปล่า

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ภาควิชารัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒทุกท่านที่
ความรู้และประสิทธิภาพวิชาให้แก่วิจัย

ขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัด
สมุทรสงคราม ที่ให้ความกรุณาตอบแบบสอบถามให้แก่วิจัย

สุดท้ายนี้ขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ เพื่อนรปม.รุ่นที่ 7 และผู้ที่เกี่ยวข้องทุกท่านที่กรุณา
ให้ความช่วยเหลือ และให้กำลังใจ ทำให้เกิดผลสำเร็จในการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้

กมลวรรณ เต็งชาตะพันธุ์

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ที่มา และความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	5
ประโยชน์ของการศึกษา.....	5
ขอบเขตของการวิจัย.....	5
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
สมมติฐานในการวิจัย.....	6
นิยามคำศัพท์เฉพาะ.....	7
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
แนวคิดที่ว่าด้วยการนำทฤษฎีนโยบายไปปฏิบัติ.....	8
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยววิถีไทย.....	19
นโยบายการท่องเที่ยววิถีไทย.....	24
เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานสมุทรสงคราม.....	35
มติคณะรัฐมนตรี.....	35
ข้อมูลพื้นฐานตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม.....	38
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	43
การกำหนดประชากรและการสุ่มตัวอย่าง.....	43
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	44
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	44
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	46
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	47
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	47
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	48

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	67
สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	67
อภิปรายผลการวิจัย.....	70
ข้อเสนอแนะ.....	72
บรรณานุกรม.....	74
ภาคผนวก.....	77
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	83



บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ.....	48
2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ.....	48
3 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา	48
4 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ตำแหน่งงาน.....	49
5 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบาย การท่องเที่ยววิถีไทย	49
6 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับ นโยบายการท่องเที่ยววิถีไทยด้านวัตถุประสงค์ของนโยบาย	50
7 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับ นโยบายการท่องเที่ยววิถีไทยด้านทรัพยากรนโยบาย	51
8 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับ นโยบายการท่องเที่ยววิถีไทยด้านการสื่อสารระหว่างหน่วยงานกับผู้ประกอบการ	52
9 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับ นโยบายการท่องเที่ยววิถีไทยด้านเศรษฐกิจสังคม และการเมือง.....	53
10 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับ นโยบายการท่องเที่ยววิถีไทยด้านคุณสมบัติหน่วยงานที่รับผิดชอบ	54
11 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับ นโยบายการท่องเที่ยววิถีไทย ด้านทัศนคติของผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ	55
12 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความสำเร็จในการนำนโยบาย ส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ ในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม	56
13 การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณระหว่างปัจจัยด้านวัตถุประสงค์ของนโยบาย กับความสำเร็จของการนำนโยบายการท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ	58

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
14 การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณระหว่างปัจจัยด้านทรัพยากรของนโยบาย กับความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ	59
15 การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณระหว่างปัจจัยด้านการสื่อสารระหว่างหน่วยงาน กับผู้ประกอบการกับความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ.....	60
16 การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณระหว่างปัจจัยด้านเศรษฐกิจสังคม และการเมือง กับความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ.....	61
17 การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณระหว่างปัจจัยด้านการสื่อสารระหว่างหน่วยงาน กับความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ.....	62
18 การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณระหว่างปัจจัยด้านทัศนคติของผู้นำนโยบายไป ปฏิบัติกับความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ.....	63
19 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ จำแนกตามเพศ	64
20 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ จำแนกตามระดับตำแหน่ง	65

ภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
2 ตราสัญลักษณ์ ป๋าทองเทียรวรลัทย 2558.....	26



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ตั้งแต่ปีพ.ศ.2540ที่ประเทศไทยได้ริเริ่มนโยบาย Amazing Thailandทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยมีการขยายตัว และมีศักยภาพทางการท่องเที่ยวที่สูงขึ้น เนื่องจากมีความได้เปรียบทางด้านสภาพภูมิประเทศ จึงมีความหลากหลายในแหล่งท่องเที่ยว ทำให้ได้รับความสนใจจากกลุ่มนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก การท่องเที่ยวจึงมีบทบาทสำคัญต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ และสังคม ก่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในชุมชน รวมทั้งเกิดการแข่งขันทางด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจที่สูงขึ้น ในช่วงตั้งแต่ปี พ.ศ.2556จนถึงปัจจุบัน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวได้ส่งผลกระทบด้านลบ กล่าวคือ

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ เศรษฐกิจไทยในปี 2557 ขยายตัวเพียงร้อยละ 0.7 จากปีก่อน เพราะมีข้อจำกัดด้านการเติบโต จากทั้งปัจจัยภายในและภายนอกประเทศ โดยในช่วงครึ่งแรกของปีเศรษฐกิจไทยไม่ขยายตัว เนื่องจากสถานการณ์ทางการเมืองส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานบางส่วนของภาครัฐ และความเชื่อมั่นของครัวเรือน ธุรกิจ รวมทั้งนักท่องเที่ยว ประกอบกับหนี้ครัวเรือนที่อยู่ในระดับสูงทำให้ผู้บริโภคระมัดระวังในการใช้จ่ายและ สถาบันการเงินระมัดระวังในการปล่อยสินเชื่อ นอกจากนี้การส่งออกสินค้ายังฟื้นตัวช้าตามอุปสงค์ ต่างประเทศที่ขยายตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป รวมทั้งประเทศไทยมีข้อจำกัดด้านการผลิตสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีสูง ภายใต้สถานการณ์ดังกล่าวธุรกิจจึงชะลอการผลิตและการลงทุนใหม่ออกไป (ภาวะเศรษฐกิจไทย ปี 2557: 1)

ปัจจัยด้านการเมือง ได้แก่ สถานการณ์การชุมนุมเรียกร้องทางการเมืองในประเทศที่ยืดเยื้อมาจากช่วงปลายปี 2556 รวมถึงการประกาศใช้กฎอัยการศึก เมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2557 และตามมาด้วยการเข้าควบคุมอำนาจการบริหารประเทศของคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) เมื่อวันที่ 22 พฤษภาคม 2557 ส่งผลให้บางประเทศประกาศเตือนให้พลเมืองให้ความระมัดระวังต่อสถานการณ์ในประเทศไทย

ปัจจัยด้านภัยธรรมชาติและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ อาทิ เหตุแผ่นดินไหวและอาฟเตอร์ช็อค ในจังหวัดเชียงราย ซึ่งส่งผลกระทบจังหวัดเชียงใหม่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมในภาคเหนือ รวมถึงสภาพคลื่นลมแรงตามฤดูกาลในหลายพื้นที่ชายฝั่งทะเลอันดามันของภาคใต้

ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ และความเชื่อมั่น ซึ่งในช่วงที่ผ่านมาเมื่อกลางปี 2556 จนถึง ครึ่งปีแรกของปี2557 ประเทศไทยประสบปัญหา ภาวะวิกฤติต่างๆ ทั้งโดยเฉพาะปัญหาการเมืองภายในประเทศ การแพร่ระบาดของโรคไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ใหม่ ปัญหาจากอุทกภัยและวาตภัย ความเสื่อมโทรมของ

แหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัยและปัญหาการก่อการร้าย ใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ สถานการณ์ดังกล่าวส่งผลต่อภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่อ ประเทศไทย เป็นเหตุให้นักท่องเที่ยวกลุ่มตลาดหลักเปลี่ยนจุดหมายไปยังแหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคอื่นๆ ซึ่งได้ส่งผลกระทบต่อจำนวนและรายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศ สถานการณ์ต่างๆ ดังที่กล่าวมานอกจากจะส่งผลกระทบต่อการลดลง ของอัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) แล้ว ยังส่งผลกระทบต่อการทำงานของ ในภาคธุรกิจท่องเที่ยวและธุรกิจเชื่อมโยงอีกด้วย

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ในฐานะหน่วยงานรัฐวิสาหกิจที่มีบทบาทในการขับเคลื่อน เศรษฐกิจและสังคม ตระหนักถึงความจำเป็นที่จะเร่ง ขับเคลื่อนการตลาด และการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ สร้างความเชื่อมั่นแก่นักท่องเที่ยว รวมทั้งส่งเสริมและฟื้นฟู การท่องเที่ยวให้กลับมาดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับนโยบายการบริหารราชการแผ่นดินภายใต้ รัฐบาล พลเอก ประยุทธ์จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีมีแนวทาง การทำงานที่มุ่งแก้ปัญหาเร่งด่วนเฉพาะหน้า โดยเฉพาะ การพยายามฟื้นฟูบรรยากาศทางการท่องเที่ยวให้กลับคืนสู่ภาวะปกติ ดังนั้น ในการประชุม คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ เมื่อวันที่ 25 กรกฎาคม 2557 ซึ่งมี พลเรือเอก ณรงค์ พิพัฒนาศัย รองหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติและหัวหน้าฝ่ายสังคมจิตวิทยาเป็นประธาน ได้ เห็นชอบให้นำเสนอปี 2558 เป็นปีท่องเที่ยววิถีไทย โดยกำหนดเริ่มต้นในเดือนมกราคม 2558 และ สิ้นสุดในเดือน ธันวาคม 2558 (ที่มา:<http://thaipublica.org/>)

จากมติคณะรัฐมนตรี การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงได้กำหนดให้ปี 2558 เป็น ปีท่องเที่ยววิถีไทย (2015 DISCOVER THAINESS) เพื่อ สร้างการรับรู้ถึงภาพลักษณ์ด้านบวกจากความสงบเรียบร้อย ของบ้านเมือง ความรัก ความสามัคคีความปลอดภัยและ มิตรไมตรีของคนไทย โดยเฉพาะ ความสุข ความรื่นเริง ความ เป็นอยู่แบบไทยที่พบเห็นได้ทุกถิ่นทั่วไทยที่เชื่อมโยงความรู้สึก ของ นักท่องเที่ยวให้เข้าถึงวิถีไทย (Thainess) อันจะเป็นการดำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนควบคู่กับการ กระตุ้นให้เกิดบรรยากาศการเดินทางท่องเที่ยวที่สนุกสนานและเบิกบานใจ รวมถึงการเปิด ประสพการณ์ใหม่ๆ ของชาวต่างชาติ เอกลักษณะวิถีความเป็นอยู่แบบไทยผ่านสินค้า และบริการ ทางการท่องเที่ยวที่ให้ทั้งคุณค่าและมูลค่า (ที่มา:www.etatjournal.com)

รัฐบาล พลเอกประยุทธ์จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี มีแนวทางการทำงานที่มุ่งแก้ปัญหา เร่งด่วนเฉพาะหน้า ทั้งงานด้าน ความมั่นคง เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมภายใต้แนวคิดคืน ความสุขให้กับประชาชนและเป็นที่น่ายินดีว่า บรรยากาศทางการท่องเที่ยวเริ่มฟื้นกลับคืนสู่ภาวะปกติ จึงเป็นช่วงเวลาที่เหมาะสมยิ่งต่อการกระตุ้นการเดินทาง ของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ อันจะส่งผล ให้เศรษฐกิจของประเทศขยายตัวต่อไป ดังนั้น คณะกรรมการ นโยบายการท่องเที่ยว แห่งชาติ(ท.ท.ช.)จึงมีมติอนุมัติเห็นชอบให้ประกาศ ปีท่องเที่ยววิถีไทย 2558เป็นวาระแห่งชาติ

(ที่มา:<http://www.pr.moi.go.th>)

นโยบายนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอภาพลักษณ์ประเทศไทยในมุมมองใหม่ เน้นคุณค่าที่นักท่องเที่ยวจะได้รับจากการมาเที่ยวเมืองไทยผ่านวิถีไทย เพื่อให้เกิดความเข้าใจ ยอมรับความเป็นคนไทย ตลอดจนให้เกิดการแบ่งปันประสบการณ์อย่างต่อเนื่อง และเป็นการกระตุ้นให้เกิดความร่วมมือในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม ให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือทางเศรษฐกิจในการนำรายได้เข้าประเทศ ก่อให้เกิดเงินตราหมุนเวียนและสามารถก้าวสู่การแข่งขันหลังเปิดประชาคมอาเซียนอย่างสมบูรณ์ในปี 2558 ให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาสังคม ให้คนไทยเกิดการเรียนรู้ เข้าใจ และภูมิใจในความเป็นไทย

ทั้งนี้ การนำเสนอปีท่องเที่ยววิถีไทยมีแนวคิดเพื่อพลิกมิติการนำเสนอประเทศไทย จากการนำเสนอสินค้าและบริการ (product approach) เป็นการนำเสนอคุณค่า (value) ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับจากการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยกำหนดคุณค่าของปีท่องเที่ยววิถีไทยที่ต้องการนำเสนอ คือ amazing happiness หรือ ความสุขในวิถีแบบไทย เป็นความสุขอันเกิดจากการผสมผสานของความต่างที่ลงตัวและกำหนดสินค้าที่สอดคล้องกับคุณค่า และเพื่อให้มีการบูรณาการการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานในการเผยแพร่พัฒนาและปรับปรุงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับคุณค่าที่นำเสนอต่อนักท่องเที่ยว (ที่มา:<http://www.info.or.th/>)

นโยบายด้านการท่องเที่ยวของรัฐบาลและแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ.2555-2559 นั้นให้เป็นวาระแห่งชาติที่ได้รับการผลักดันให้เกิดผลในทางปฏิบัติอย่างจริงจังและเป็นรูปธรรมตามเป้าหมายที่ได้กำหนด โดยเน้นกิจกรรมที่มีความจำเป็นเร่งด่วน และให้ความสำคัญกับการปรับปรุงกลไกการขับเคลื่อนสู่แหล่งท่องเที่ยวคุณภาพตั้งแต่ระดับนโยบายซึ่งมีคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ (ท.ท.ช.) เป็นกลไกหลักในการบูรณาการ การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ดังกล่าวร่วมกับระดับกลุ่มจังหวัด (คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวประจำเขตพัฒนาการท่องเที่ยว) และระดับจังหวัด (คณะกรรมการท่องเที่ยวจังหวัด) และทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อให้บังเกิดผลสำเร็จเป็นรูปธรรม การท่องเที่ยวเป็นแหล่งสร้างรายได้หลักของประเทศ มีการกระจายรายได้สู่ชุมชน เสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับคนไทย และช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมของไทยให้อยู่คู่กับสังคมไทย

จากนโยบายกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬาที่ตั้งเป้าหมายว่าจะพัฒนาการท่องเที่ยวไทย เพื่อเพิ่มรายได้ให้ประเทศ กระจายรายได้สู่ท้องถิ่น ส่งผลให้คุณภาพชีวิตของคนไทยพัฒนาขึ้น โดยกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้ เป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพจากกลุ่มประเทศพัฒนาแล้ว กลุ่มประเทศเศรษฐกิจใหม่ และกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน รวมถึงนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะด้านเช่นกลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มดูแลสุขภาพ กลุ่มMICE กลุ่มครอบครัว กลุ่มคนรุ่นใหม่และกลุ่ม Niche Market

กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬาเผยว่าต้องพัฒนาสินค้าและบริการด้านท่องเที่ยวให้มีมาตรฐาน ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ๆ พัฒนามัคคุเทศก์และบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และการพัฒนาการอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว

ด้านการส่งเสริมตลาดท่องเที่ยว ทางกระทรวงได้กระตุ้นการเดินทางและใช้จ่าย ผลักดันให้การท่องเที่ยวมีความยั่งยืน ส่งเสริมตลาดท่องเที่ยวภายในประเทศ และส่งเสริมประเทศไทยให้เป็นจุดเชื่อมโยงการท่องเที่ยวของอาเซียน ทั้งนี้ต้องสร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวในการเดินทาง

นอกจากนี้กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา ยังประชาสัมพันธ์ตลาดการท่องเที่ยวผ่านสื่อในประเทศและต่างประเทศ การจัดสร้างภาพยนตร์ที่เน้นความรักชาติ สามัคคี และการสร้างสื่อสัมพันธ์กับการท่องเที่ยว โดยใช้สถานที่ท่องเที่ยว แหล่งอารยธรรม และวิถีชีวิตคนไทย เป็นสื่อในการเผยแพร่ และการใช้ Social Media ให้เกิดการใช้ที่หลากหลาย อย่างเช่น การถ่ายภาพแหล่งท่องเที่ยวทั่วไทยในวันท่องเที่ยวโลก การร่วมมือกับภาคเอกชนเผยแพร่แหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ในสื่อ Online และ Sticker Line ให้เข้าถึงนักท่องเที่ยว ส่งเสริมให้ปี 2558 เป็น ปีส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยและส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองเชื่อมโยงกับเมืองหลัก (เมืองต้องห้าม-พลาต 12 จังหวัด ได้แก่ ลำปาง เพชรบูรณ์ น่าน บุรีรัมย์ เลย สมุทรสงคราม ราชบุรี ตราด จันทบุรี ตรัง ชุมพร และนครศรีธรรมราช)

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยต้องการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ จึงได้เลือกศึกษาการท่องเที่ยวในรูปแบบของตลาดน้ำ ตลาดน้ำ (Floating Market) ถือเป็นรูปแบบหนึ่งที่มีความนิยมเป็นอย่างมากเพราะทำให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสวิถีชีวิต และวัฒนธรรมดั้งเดิมของไทยและของชุมชนที่อยู่ริมน้ำ อีกทั้งตลาดน้ำ ส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ในกรุงเทพฯ หรือปริมณฑล ทำให้สะดวกต่อการเดินทางท่องเที่ยว ตลาดน้ำเป็นชื่อ เรียกแหล่งค้าขายแลกเปลี่ยนสินค้ากันในท้องน้ำ โดยอาศัยเรือเป็นพาหนะแต่เดิมนอกจากจะเรียก น้ด แล้วยังมีเรียกชื่ออื่นอีกว่า ตลาดเรือ หรือ ตลาดท้องน้ำ และในที่สุดก็กลายเป็นตลาดน้ำ

(อุดม เขยกิจวงศ์, 2552 : 21)

โดยตลาดน้ำที่ผู้วิจัยเลือกมาศึกษาครั้งนี้ คือ ตลาดน้ำอัมพวา แห่งจังหวัดสมุทรสงคราม เป็นตลาดริมคลอง ตั้งอยู่ใกล้กับวัดอัมพวันเจติยาราม เปิดให้บริการทุกวันศุกร์ เสาร์และอาทิตย์ ในช่วงเวลาเย็นตั้งแต่ช่วงเวลา 14.00-20.00 น. ตลาดน้ำแห่งนี้เต็มไปด้วยบรรยากาศและวิถีชีวิตแบบไทยในยุคดั้งเดิม ในคลองอัมพวาจะมีพ่อค้าแม่ค้าพายเรือขายอาหารและเครื่องดื่ม เช่น หอยทอด ก๋วยเตี๋ยว กาแฟ โอเลี้ยง ขนมหวานต่างๆ ซึ่งสามารถสั่งจากในเรือและนำมานั่งรับประทานริมน้ำโดยรอบ นอกจากนี้ยังมีรถเข็นขายของบนบกด้วย ตลาดน้ำอัมพวาเป็นตลาดน้ำยามเย็นที่ให้บรรยากาศสบายๆ มีเพลงฟังจากเสียงตามสายของชาวชุมชน บางครั้งจะเป็นดนตรีย้อนยุคเข้ากับบรรยากาศตลาดน้ำ

โบราณ กิจกรรมของนักท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำยามเย็นอัมพวา นอกจากเดินเที่ยวชมตลาดหาซื้ออาหารรับประทานแล้ว ยังติดต่อขอเช่าเรือไปเที่ยวชมดูหิ่งห้อยในยามค่ำคืนได้ ปัจจุบันได้รับความนิยมเป็นอย่างมากเพราะแสงของหิ่งห้อยตามต้นลำพูมีความสวยงามและอากาศเย็นสบายในขณะนั่งเรือ มีให้บริการทั้งแบบเป็นรอบๆ และแบบเหมาลำหากมาเป็นหมู่คณะและต้องการความเป็นส่วนตัว

นอกจากนี้ในปีพ.ศ. 2550 ชุมชนริมคลองอัมพวา ได้รับรางวัลชมเชย (Honourable Mention) จากการประกวดรางวัลเพื่อการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม ในภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิก แห่งองค์การยูเนสโก ประจำปีพ.ศ. 2550 (UNESCO Asia-Pacific Heritage Awards for Culture Heritage Conservation) ซึ่งถือเป็นความสำเร็จในการประสานความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการอนุรักษ์อาคารเก่าแก่ที่ทรงคุณค่าและมีความงดงามด้านสถาปัตยกรรมและสะท้อนถึงลักษณะสำคัญทางท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ซึ่งเป็นหนึ่งในแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับเลือกให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในภาคกลาง ทั้งนี้เพื่อนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา และปรับปรุงปัจจัยต่างๆ ให้เป็นไปตามที่นโยบายการท่องเที่ยววิถีไทยกำหนด รวมทั้งเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาให้เป็นที่รู้จักต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่ส่งผลการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม
2. เพื่อศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคในการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ

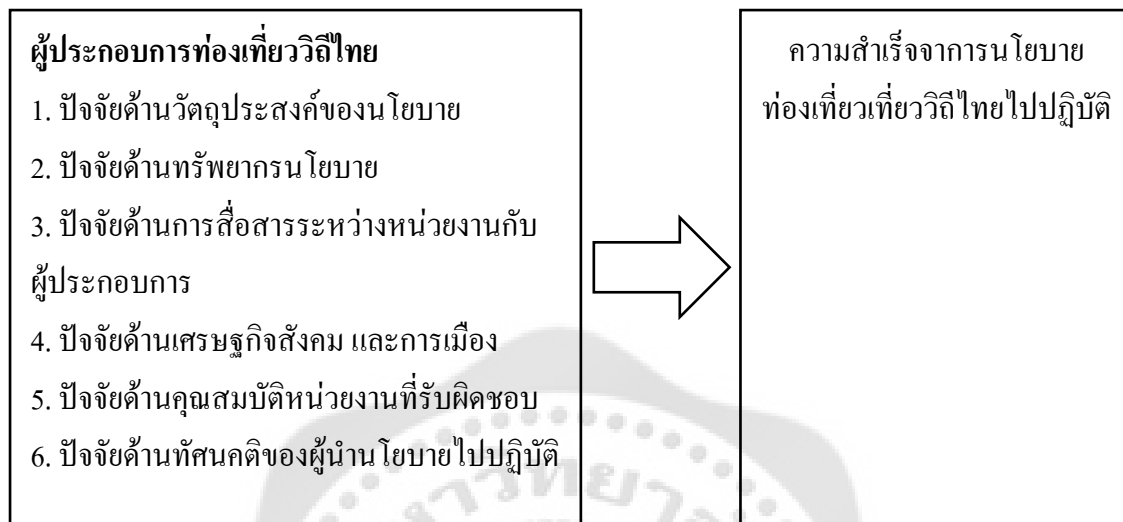
1.3 ประโยชน์ของการศึกษา

1. เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลให้นโยบายการท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติประสบความสำเร็จ
2. เพื่อนำผลการศึกษาไปปรับปรุงแก้ไขในการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ

1.4 ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้จะทำการเก็บข้อมูลจากเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการนำนโยบายการท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ โดยจะทำการเก็บข้อมูลจาก เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานสมุทรสงคราม จะเก็บข้อมูลในช่วง กันยายน 2558 ถึง ตุลาคม 2558

1.5 กรอบแนวคิดการวิจัย (Donald S. Van Meter และ Carl E. Van Horn)



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

1.6 สมมติฐานของการศึกษา

1. ปัจจัยด้านวัตถุประสงค์ของนโยบายส่งผลต่อความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ
2. ปัจจัยด้านทรัพยากรของนโยบายส่งผลต่อความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ
3. ปัจจัยด้านการสื่อสารระหว่างหน่วยงานกับผู้ประกอบการของนโยบายส่งผลต่อความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ
4. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจสังคม และการเมืองของนโยบายส่งผลต่อความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ
5. ปัจจัยด้านคุณสมบัติหน่วยงานที่รับผิดชอบของนโยบายส่งผลต่อความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ
6. ปัจจัยด้านทัศนคติของผู้สนับสนุนนโยบายไปปฏิบัติของนโยบายส่งผลต่อความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ

1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

1. **การท่องเที่ยววิถีไทย** หมายถึง กิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องหรือก่อให้เกิดความเข้าใจในความเป็นไทย ตั้งแต่เรื่องนิสัยใจคอ อาหารการกิน วัฒนธรรมประเพณี ความเป็นอยู่ หรือความเชื่อที่สืบทอดกันมา ซึ่งทั้งหมดที่กล่าวมาคือต้นทุนของความเป็นไทย สามารถนำต้นทุนนี้มาสร้างเป็นประสบการณ์ที่น่าจดจำให้นักท่องเที่ยว ทำให้เมืองไทยมีจุดหมาย มีความโดดเด่น และมีความแตกต่างจากประเทศใดๆ ในโลก

2. **ตลาดน้ำอัมพวา** ตั้งอยู่ที่ ตำบลอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม แต่เดิมชุมชนริมคลองตลาดน้ำอัมพวาเป็นชุมชนริมน้ำที่รักษาเอกลักษณ์วัฒนธรรมและสามารถสัมผัสได้ถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้านแบบดั้งเดิม มีทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอันอุดมสมบูรณ์ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความเป็นอยู่ของคนในชุมชนชาวตลาดน้ำ โดยเฉพาะรูปแบบของสถาปัตยกรรมเรือนแถวไม้ริมน้ำและวิถีชีวิตที่เรียบง่ายสัมพันธ์กับคลอง



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และผลงานที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาค้นคว้าที่มีผลต่อความสำเร็จในการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ กรณีศึกษาของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารโดยแยกเป็นหัวข้อตามลำดับดังนี้

- 2.1 แนวคิดที่ว่าด้วยการนำทฤษฎีนโยบายไปปฏิบัติ
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยววิถีไทย
- 2.3 นโยบายการท่องเที่ยววิถีไทยปี 2558
- 2.4 เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานสมุทรสงคราม
- 2.5 มติคณะรัฐมนตรี
- 2.6 ข้อมูลพื้นฐานตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

2.1 แนวคิดที่ว่าด้วยการนำทฤษฎีนโยบายไปปฏิบัติ

แนวคิดเกี่ยวกับนโยบายและการนำนโยบายไปปฏิบัติ

การศึกษาค้นคว้าของการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัตินี้ใช้แนวความคิดในการศึกษา ได้แก่ แนวความคิดเกี่ยวกับการนำนโยบายไปปฏิบัติ โดยจะได้กล่าวถึง ความหมายของการนำนโยบายไปปฏิบัติ ตัวแบบการนำนโยบายไปปฏิบัติ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการนำนโยบายไปปฏิบัติ และ ความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติดังนี้

1. ความหมายของการนำนโยบายไปปฏิบัติ
2. ตัวแบบการนำนโยบายไปปฏิบัติ
3. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการนำนโยบายไปปฏิบัติ
4. ความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติ
5. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว และการนำนโยบายไปปฏิบัติ

ความหมายของการนำนโยบายไปปฏิบัติ

วรเดช จันทรศร กล่าวว่า การนำนโยบายไปปฏิบัติดูจะเป็นที่ สอดคล้องกันในหมู่นักวิชาการชั้นนำทางด้านนี้ ที่ให้ความหมายว่า การนำนโยบายไป ปฏิบัติเป็นเรื่องของการศึกษาว่า องค์กรบุคคล หรือ กลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องสามารถนำ และกระตุ้นให้ทรัพยากรทางการบริหารทั้งมวลปฏิบัติงานให้บรรลุตามนโยบายที่ระบุ ไว้หรือไม่แค่ไหนเพียงใด หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง การนำนโยบาย

ไปปฏิบัติ ให้ความสนใจเกี่ยวกับเรื่องของ ความสามารถที่จะผลักดันให้การทำงานของกลไกที่สำคัญ ทั้งมวลสามารถบรรลุผลตามนโยบายที่ได้ตั้งเป้าหมายเอาไว้ โดยได้สรุปว่า การศึกษาการนำนโยบาย ไปปฏิบัติเป็นการแสวงหาวิธีการ และแนวทางเพื่อปรับปรุงนโยบาย แผนงาน และการปฏิบัติงาน ใน โครงการให้ดีขึ้น เนื้อหาสาระ ของการศึกษาการนำ นโยบายไปปฏิบัติจึงเน้นการแสวงหาคำอธิบาย เกี่ยวกับปรากฏการณ์ หรือสภาพความเป็นจริง ที่เกิดขึ้น ภายในกระบวนการของ การนำนโยบายไป ปฏิบัติ (implementation processes) เพื่อที่จะศึกษาบทเรียนพัฒนาแนวทางและสร้างกลยุทธ์ เพื่อที่จะทำให้การนำนโยบายไปปฏิบัติบังเกิดความสำเร็จ(วรเดช จันทรศร,2530: 2)

กิตติ บุญนาค (2536) ศึกษาเรื่อง การนำนโยบายภาษีมูลค่าเพิ่มไปปฏิบัติ:การศึกษาวิเคราะห์เชิงปรากฏการณ์ในธุรกิจโรงแรม สอดคล้องกับการศึกษาของ วรเดช จันทรศร และลิขิต ชีวเวดิน ศึกษา เรื่อง การนำนโยบายไปปฏิบัติในระบบราชการไทยที่ได้ศึกษาการนำนโยบายไปปฏิบัติของกรมประมง ซึ่งเขียนรายงานไว้ในปี 2530 มองว่ากุญแจสำคัญของความสำเร็จการนำนโยบายไปปฏิบัติของกรม ประมง คือ (1) หน่วยงานองค์การ กลุ่มบุคคลที่นำนโยบายไปปฏิบัติในส่วนภูมิภาค และท้องถิ่นขาด ความเข้าใจในนโยบายของส่วนกลาง หรือนโยบายของกรม (2) หน่วยงานระดับปฏิบัติขาดศักยภาพใน ด้านบุคคล เครื่องมือ อุปกรณ์ และงบประมาณ (3) ขาดการติดตามประเมินผลในการปฏิบัติงานระดับ ภูมิภาคและท้องถิ่นอย่างเป็นระบบ และ (4) ขาดการประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานของกรม ระดับจังหวัด เช่น ขาดการร่วมใช้ทรัพยากร เป็นต้น (ที่มา:กิตติ บุญนาค. (2536). การนำนโยบาย ภาษีมูลค่าเพิ่มไปปฏิบัติ: การศึกษาวิเคราะห์เชิงปรากฏการณ์ในธุรกิจโรงแรม. ภาคนิพนธ์พัฒนบริหาร ศาสตร์ดุสิตบัณฑิต,สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์)

Hogwood&Gunn (1984: 197) กล่าวว่า การนำนโยบายไปปฏิบัติมีคำศัพท์เบื้องต้น 2 คำ คือ คำว่า การไม่เกิดการนำนโยบายไปปฏิบัติ(non-implementation)คำหนึ่ง กับคำว่า การไม่ประสบความสำเร็จในการนำนโยบายไปปฏิบัติ

คำแรก การไม่เกิดการนำนโยบายไปปฏิบัติ หมายถึง นโยบายไม่ถูกนำไปปฏิบัติอย่างที่ตั้งใจไว้ อาจเป็นเพราะผู้บริหารนโยบายขาดความร่วมมือกัน หรือไม่มีประสิทธิภาพ หรือได้ใช้ความ พยายามแล้ว แต่ไม่สามารถทำให้เกิดการปฏิบัติได้ เนื่องจากควบคุมการนำไปปฏิบัติได้เพียงเล็กน้อย หรือไม่ได้เลย

ส่วนคำที่สอง การไม่ประสบความสำเร็จในการนำนโยบายไปปฏิบัติ หมายถึงนโยบายถูกนำไป ปฏิบัติอย่างเต็มที่แล้ว แต่กระนั้นนโยบายก็ล้มเหลวไม่สามารถทำให้เกิดผลลัพธ์ดังที่ตั้งใจ สาเหตุที่ทำให้ การนำนโยบายไปปฏิบัติล้มเหลวมีหลายอย่าง ตัวอย่างเช่น รัฐบาลอังกฤษให้เงินอุดหนุนแก่ ภาคอุตสาหกรรมเพื่อลงทุนให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ แต่ภาคอุตสาหกรรมไม่สนใจ เพราะ บรรยากาศทางเศรษฐกิจไม่เหมาะแก่การลงทุน จึงมาขอรับการอุดหนุนไม่มาก ตัวอย่างนี้แสดงให้เห็น

ว่าเกิดความล้มเหลวในการปฏิบัติ เพราะเงินทุนได้จ่ายไปแล้ว แต่ภาคอุตสาหกรรมก็ไม่สามารถแข่งขันกับตลาดโลกได้ (ที่มา: การนำนโยบายไปปฏิบัติ, รศ.ดร.เรืองวิทย์ เกษสุวรรณ พิมพ์ครั้งที่ 1, 2551)

Pressman and Wildavsky (1973: 14) ศึกษาเรื่อง ปัญหาการนำนโยบายการ สร้างงานให้ชนกลุ่มน้อยไปปฏิบัติในปี ค.ศ. 1973 เขาได้นิยามการนำนโยบายไปปฏิบัติว่า หมายถึงระดับการเกิดขึ้นของผลของนโยบายที่คาดคะเนไว้ และการนำนโยบายไปปฏิบัติอาจได้รับการมองว่า เป็นกระบวนการของการปฏิสัมพันธ์ระหว่างเป้าหมายที่กำหนดไว้ กับปฏิบัติการทั้งหลายที่มุ่งไปสู่การกระทำที่บรรลุผลการนำนโยบายไปปฏิบัติคือ ความสามารถที่จะจัดการ และประสานสิ่งที่จะเกิดขึ้นมาภายหลังในลักษณะที่เป็นลูกโซ่เชิงสาเหตุ และผลทั้งนี้เพื่อให้ได้รับผลลัพธ์ที่พึงปรารถนา

Van Meter and Van Horn (1975: 208) กำหนดว่า การนำนโยบายไปปฏิบัติ หมายความว่า รวมถึงการดำเนินการโดยบุคคล หรือกลุ่มบุคคล ในภาครัฐ หรือภาคเอกชน ซึ่งการดำเนินการดังกล่าว มุ่งที่จะก่อให้เกิดความสำเร็จโดยตรงตามวัตถุประสงค์จากการตัดสินใจดำเนินนโยบายที่ได้กระทำก่อนหน้านั้นแล้ว

2 ตัวแบบการนำนโยบายไปปฏิบัติ

ตัวแบบกระบวนการนำนโยบายไปปฏิบัติของ Donald S. Van Meter และ Carl E. Van Horn (1975: 455-488) เป็นตัวแบบที่ประกอบด้วยตัวแปร 6 ตัว ทำหน้าที่เชื่อมโยงระหว่างตัว นโยบายกับผลการปฏิบัติตามนโยบาย ซึ่งมีคำอธิบายดังนี้

1. วัตถุประสงค์และมาตรฐานนโยบาย (Policy Standards and Objectives) องค์ประกอบพื้นฐานสำคัญในการกำหนดการปฏิบัติตามนโยบาย คือ วัตถุประสงค์และมาตรฐาน นโยบายเพราะ วัตถุประสงค์และมาตรฐานของนโยบายคือ ปัจจัยกำหนดรายละเอียดของเป้าหมาย นโยบาย ในบางกรณีวัตถุประสงค์และมาตรฐานนโยบายโดยตัวของมันเอง เป็นตัวการที่ช่วยให้่ายต่อการวัด ทั้งนี้การวัดผลการปฏิบัติตามนโยบายจะกระทำได้ชัดเจนเพียงใดขึ้นอยู่กับความ ชัดเจนของการกำหนด มาตรฐานนโยบายและความชัดเจนของวัตถุประสงค์ของนโยบาย

2. ทรัพยากรนโยบาย (Policy Resources) ทรัพยากรนโยบายคือ สิ่งอำนวยความสะดวกต่อการบริหารนโยบาย ทรัพยากรนโยบายอาจรวมถึง เงินและสิ่งเสริมทั้งปวงที่กำหนดไว้ใน แผนงาน ทรัพยากรเหล่านี้จะเป็นสิ่งที่ช่วยส่งเสริม หรือช่วยให้ความสะดวกต่อประสิทธิภาพของการ นำนโยบายไปปฏิบัติ

3. การสื่อสารระหว่างองค์กร และ กิจกรรมการเสริมแรง (Inter-Organizational Communication and Enforcement Activities) การสื่อสารระหว่างองค์กรคือการสื่อสารเกี่ยวกับ มาตรฐานงานและ วัตถุประสงค์นโยบายเพื่อให้ผู้นำนโยบายไปปฏิบัติแต่ละหน่วยงานที่รับผิดชอบ

แผนงาน โครงการมีความรู้ความเข้าใจสอดคล้องกัน

4. ลักษณะหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ (The Characteristics of Lamenting Agencies) ได้แก่ สมรรถนะและขนาดของทีมงานในหน่วยงาน ระดับความเข้มข้นของการควบคุม บังคับบัญชา ของหน่วยงานย่อยในกระบวนการนำนโยบายไปปฏิบัติ ทรัพยากรทางการเมืองของ หน่วยงาน การสนับสนุนจากนักกฎหมายและฝ่ายบริหารความมีชีวิตชีวาขององค์กร ระดับการ สื่อสารระบบเปิดใน องค์กร และความสัมพันธ์อย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ระหว่าง องค์กรที่นำนโยบายไป ปฏิบัติกับผู้กำหนดนโยบายหรือองค์กรที่ประกาศใช้นโยบาย

5. เงื่อนไขทางเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง (Economic, Social and Political Conditions) ต้องคำนึงถึงการจัดสรรทรัพยากรทางเศรษฐกิจให้หน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติมี ความเพียงพอต่อ การส่งเสริมให้แผนงานโครงการประสบความสำเร็จหรือไม่ธรรมชาติของ ความเห็นสาธารณะเป็น อย่างไรจุดเด่นของนโยบายสัมพันธ์กับ ประเด็นนโยบายอย่างไรชนชั้นนำ ชอบหรือไม่ชอบนโยบายที่ นำไปปฏิบัติ นั้น กลุ่มหลากหลายในสังคม รวมทั้งกลุ่มผลประโยชน์ ภาคเอกชนคิดค่าหรือสนับสนุนการ นำนโยบายนั้นไปปฏิบัติ

6. ความตั้งใจของผู้ปฏิบัติ (The Disposition of Implementers) ได้แก่ (1) ความเข้าใจ เกี่ยวกับนโยบาย (2) ทศนคติต่อนโยบายและ (3) ความเข้มข้นของทัศนคติ

ตัวแบบการนำนโยบายไปปฏิบัติ วรเดช จันทรร (2551: 135-154) ได้เสนอตัวแบบทางทฤษฎี ของการนำนโยบายไปปฏิบัติ ไว้ 6 ตัวแบบ ได้แก่

1. ตัวแบบที่ยึดหลักเหตุผล: ตัวแบบนี้ยึดถือฐานคติที่ว่านโยบายที่ประสบความสำเร็จ จะต้อง มีการกำหนดวัตถุประสงค์และภารกิจชัดเจน มีการมอบหมายงานและกำหนดมาตรฐานการทำงาน ให้แก่หน่วยย่อยต่าง ๆ ขององค์กร มีระบบวัดผลการปฏิบัติงาน ตลอดจนระบบให้คุณให้โทษ เนื่องจากผลสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติจำเป็นต้องมีการกำหนดวัตถุประสงค์ที่แน่ชัด มีการ แปลง วัตถุประสงค์ออกเป็นภารกิจย่อยภายใต้ความรับผิดชอบเฉพาะเพื่อความสะดวกในการ ตรวจสอบ ควบคุม และประเมินผล

2. ตัวแบบทางด้านการจัดการ: ตัวแบบนี้ตั้งอยู่บนแนวคิดพื้นฐานของทฤษฎีองค์กรที่ให้ความสำคัญกับสมรรถนะขององค์กร เพราะเชื่อว่าความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติขึ้นอยู่กับ องค์กรที่รับผิดชอบว่ามีขีดความสามารถที่จะปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับความคาดหวังได้เพียงใด ดังนั้น นโยบายจะบรรลุเป้าหมายได้จะต้องอาศัยโครงสร้างขององค์กรที่เหมาะสม บุคลากรมีความสามารถ ทั้งทางด้านการบริหารและเทคนิคอย่างเพียงพอ นอกจากนี้องค์กรยังต้องมีการ เตรียมการ หรือมีความพร้อม ทางด้านวัสดุอุปกรณ์ สถานที่ เครื่องมือเครื่องใช้ และงบประมาณ

3. ตัวแบบทางด้านการพัฒนาองค์การ: เน้นศึกษาปัญหาของการนำนโยบายไปปฏิบัติในแง่ของความผูกพันและการยอมรับ เพื่อมุ่งตอบสนองความต้องการทางจิตวิทยาและทางสังคมของมนุษย์ โดยเน้นการมีส่วนร่วมขององค์การเป็นสำคัญภายใต้ฐานคิดที่ว่าความร่วมมือจะทำให้เกิดการทำงานที่มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้การนำนโยบายไปปฏิบัติให้ประสบความสำเร็จจะเกี่ยวข้องกับการจูงใจการใช้ 13 ภาวะผู้นำที่เหมาะสมความผูกพันของสมาชิกในองค์การ การมีส่วนร่วมเพื่อให้เกิดการยอมรับตลอดจน สร้างทีมงานมากกว่าใช้การควบคุม ซึ่งกระบวนการที่ให้ผู้ปฏิบัติเข้าไปมีส่วนร่วมในการกำหนดหรือ วางกรอบนโยบายจะถือว่านโยบายเหล่านั้นมาจากผู้ปฏิบัติโดยตรง

4. แบบทางด้านกระบวนการของระบบราชการ : ตัวแบบนี้เชื่อว่าอำนาจขององค์การไม่ได้อยู่ที่ตำแหน่งทางรูปนัย (Formal Positions) แต่มีอยู่กระจัดกระจายในองค์การ กล่าวคือ สมาชิกทุกคนขององค์การมีอำนาจในแง่ของการใช้วิจารณ์ญาณ โดยที่ผู้บังคับบัญชาไม่อาจจะควบคุมได้ ดังนั้น ในบางครั้งความล้มเหลวของการนำนโยบายไปปฏิบัติจึงไม่ใช่เรื่องของการบริหารที่ขาดประสิทธิภาพ แต่เกิดจากผู้กำหนดนโยบายหรือผู้บริหารไม่ ทราบว่าสภาพความเป็นจริงของการปฏิบัติมากกว่า ดังนั้น การกำหนดนโยบายจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องพัฒนามาจากเบื้องล่างคือประชาชน หรือผู้ปฏิบัติโดยผ่านกระบวนการเรียนรู้เพื่อให้เกิดความเข้าใจในสภาพที่เกิดขึ้น

5. ตัวแบบทางการเมือง: ตัวแบบนี้เชื่อว่าความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติเกิดจากความสามารถของผู้เล่นหรือบุคคลที่เป็นตัวแทนองค์การ กลุ่ม หรือสถาบัน และความสัมพันธ์กับปัจจัยภายนอกองค์การ เนื่องจากมีความเห็นว่าการมีส่วนร่วมและการสร้างการยอมรับเป็นสิ่งที่ยากที่จะเกิดขึ้น แต่ความขัดแย้งเป็นปรากฏการณ์ที่สามารถพบเห็นได้ทั่วไป ดังนั้นการสร้างความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติจึงขึ้นอยู่กับความสามารถในการเจรจา สถานะของอำนาจ และทรัพยากรของหน่วยงาน ในฐานะที่จะใช้เป็นเครื่องมือต่อรองของบุคคลที่เป็นตัวแทนขององค์การจำนวนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การสนับสนุนจากนักการเมือง สื่อมวลชน กลุ่มอิทธิพลและกลุ่มผลประโยชน์ รวมถึงสภาพความแตกต่าง ทางด้านบุคลิกภาพ ความรู้ความสามารถ ความชำนาญในการต่อรองของผู้เล่นแต่ละคนเป็นสำคัญ

6. ตัวแบบเชิงบูรณาการ : เป็นตัวแบบที่รวบรวมแนวคิดของทั้ง 5 ตัวแบบมาไว้โดยมุ่ง แสวงหาผลกระทบของตัวแปรต่าง ๆ ที่มีต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติให้ประสบความสำเร็จ โดยพิจารณา ถึงสมรรถนะขององค์การ ประสิทธิภาพในการวางแผนและการควบคุม ภาวะผู้นำและความร่วมมือ และการเมืองและการบริหารสภาพแวดล้อมภายนอก

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการนำนโยบายไปปฏิบัติ

1. ความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญหลายประการ (สมบัติ อารังค์ธัญวงศ์, 2548: 432-446) ได้แก่

1.1 แหล่งที่มาของนโยบาย : นโยบายจะต้องผ่านกระบวนการกำหนดนโยบายและการตัดสินใจที่ถูกต้องตามกฎหมาย ชอบธรรม สอดคล้องกับค่านิยมของสังคม เป็นที่ยอมรับของประชาชนส่วนใหญ่

1.2 ความชัดเจนของนโยบาย : ถือได้ว่าเป็นรากฐานสำคัญของความมุ่งหมายของนโยบายทั้งที่เป็น ทางตรงและไม่ เป็น ทางตรง หากนโยบายใดมีเป้าประสงค์ หรือวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน มากเพียงใด ก็จะช่วยส่งเสริมให้มีการนำนโยบายไปปฏิบัติมีความสอดคล้องกัน และนำไปสู่การบรรลุ วัตถุประสงค์ที่พึงปรารถนาอย่างมีประสิทธิภาพ

1.3 การสนับสนุนนโยบาย: การได้รับการสนับสนุนจากผู้ปฏิบัติ และผู้ที่ได้รับผลจาก การปฏิบัติตามนโยบายนั้นถือได้ว่าเป็นความสำคัญต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติ ดังนั้นผู้กำหนดนโยบายจะต้องวิเคราะห์ให้ชัดเจนว่า การกำหนดนโยบายควรมีกลุ่มผู้สนับสนุนนโยบายมากกว่าผู้คัดค้าน และ กลุ่มคัดค้านต้องไม่มีพลังมากพอที่จะขัดขวางการนำนโยบายไปปฏิบัติ เพื่อมิให้เกิดการสูญเสียทรัพยากรการบริหาร

1.4 ความซับซ้อนในการบริหารงาน : การนำนโยบายไปปฏิบัติให้ประสบความสำเร็จ มีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับโครงสร้างการบริหารงานขององค์กร ดังนั้นผู้บริหารควรพิจารณา มากน้อยเพียงใด เพราะยิ่งมีจำนวนที่มีความเกี่ยวข้องมากก็ยิ่ง ทำให้กระบวนการดังกล่าวมีความยุ่งยาก และซับซ้อนมากขึ้นอันจะส่งผลเสียต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติและการบรรลุผลตามที่กำหนดไว้

1.5 สิ่งจูงใจของผู้ปฏิบัติ: การนำนโยบายไปปฏิบัติของหน่วยงานภาครัฐนั้นจะมี ความยากลำบากในการกำหนดว่าอะไรคือสิ่งจูงใจสำหรับผู้นำนโยบายไปปฏิบัติอย่างไรก็ตามนักวิเคราะห์นโยบายต้องตระหนักเสมอว่าการนำนโยบายไปปฏิบัติที่คาดหวังต่อความสำเร็จสูงนั้น อย่างน้อยจะต้อง ไม่ทำให้ผู้กำหนดนโยบายและผู้ดำเนินการปฏิบัติเกิดความรู้สึกสูญเสียประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นกับตน อันจะนำไปสู่การต่อต้านและความล้มเหลวในการกำหนดนโยบายในที่สุด

1.6 การจัดสรรทรัพยากร : ทรัพยากรเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จของ การนำนโยบายไปปฏิบัติ ซึ่งทรัพยากรนั้นหมายถึงความรวมถึงทั้งเงินทุน เวลา และบุคลากร ตลอดจนเทคโนโลยีและอุปกรณ์ต่าง ๆ อย่างไรก็ตามเป็น ที่ทราบกันดีว่าทรัพยากรมักมีไม่เพียงพอต่อการพัฒนา โครงการต่าง ๆ ดังนั้นควรมีการใช้ทรัพยากรอย่างถูกต้องเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

2. การที่จะดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ ตามนโยบายที่ได้กำหนดไว้นั้นจะต้องประกอบด้วยปัจจัยหลายประการ ซึ่งมูรี อนุมานราชชน (2547: 211 –217) ได้อธิบายไว้ดังนี้

2.1 สภาพแวดล้อมภายนอกของหน่วยงานที่เอื้ออำนวยต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติ อุปสรรคในการนำนโยบายไปปฏิบัติเป็นสิ่งที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของผู้บริหาร เพราะอุปสรรคนั้นอยู่ในสภาพแวดล้อมภายนอกนโยบาย และอยู่ภายนอกหน่วยงานที่นำไปปฏิบัติ ได้แก่อุปสรรคทางกายภาพ เช่น ภาวะภัยแล้ง หรือการระบาดของโรคพืชเป็นต้น และอุปสรรคทางการเมือง ซึ่งได้แก่แนวทางหรือมาตรการที่จำเป็น ต้องใช้ในการนำนโยบายไปปฏิบัติไม่เป็นที่ยอมรับและถูกคัดค้านโดยกลุ่ม ที่มีผลประโยชน์เกี่ยวข้องหรือกลุ่มที่มีอำนาจขณะนั้น เช่น กลุ่มนักการเมืองสหภาพแรงงานทหาร และ ผู้แปลงนโยบายไปปฏิบัติไม่อาจดำเนินการอะไรได้ นอกจากให้ข้อมูลแก่ผู้กำหนดนโยบายได้รับทราบ ปัญหา เพื่อนำไปปรับปรุง เปลี่ยนแปลงนโยบายนั้น

2.2 เวลาและทรัพยากรที่เพียงพอสำหรับดำเนินงาน ตามแนวทางแผนงานโครงการ เวลาและทรัพยากร จัดเป็น ข้อจำกัดภายนอกตัวนโยบาย นโยบายที่มีความเป็นไปได้ ทางด้านกายภาพ และ ด้านการเมืองอาจจะไม่สัมฤทธิ์ผล ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด เนื่องจากทัศนคติของผู้เกี่ยวข้องคาดหวัง จากนโยบายมากเกินไปในระยะเวลาอันสั้น อีกสาเหตุหนึ่งคือ ข้อจำกัดด้านงบประมาณ อาจทำให้แนวทางแผนงานโครงการต้องเผชิญกับปัญหาด้าน ทรัพยากรไม่เพียงพอสิ่งที่ควรคำนึงถึงคือ งบประมาณ ไม่ใช่ ทรัพยากร กระบวนการแปลงงบประมาณ ให้เป็นทรัพยากรความกลัวที่ต้องคืนงบประมาณที่ไม่ได้นำไป ดำเนินงาน ในตอนสิ้นงบประมาณ ทำให้หน่วยงานภาครัฐใช้งบประมาณอย่างเร่งรีบ บางครั้งใช้จ่าย งบประมาณไปในแผนงานโครงการที่ไม่เกิดประโยชน์

2.3 การวางแผนจัดทรัพยากรที่ต้องการใช้ในการนำนโยบายไปปฏิบัติต้องมี การผสมผสานทรัพยากร การไม่มีงบประมาณในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งก่อความเสียหายที่ร้ายแรงกว่าน้อย กว่า การไม่มีทรัพยากรที่ต้องการใช้เพราะงบประมาณอาจจะไม่สามารถ แปรเปลี่ยนไปเป็นทรัพยากรที่ต้องการ เช่น ที่ดิน วัสดุ อุปกรณ์หรือแรงงาน ในขณะที่ดำเนินงานตามแผนงานโครงการ ผู้บริหารโครงการ และ ผู้ยกร่างโครงการ จึงต้องใช้เทคนิค โครงร่างในการวางแผน และควบคุมกำลังคน และ สิ้นค้าคงคลัง เทคนิค เหล่านี้ช่วยแก้ไขปัญหา การมีทรัพยากรมากเกินไปและจัดสรรทรัพยากรให้เหมาะสม ในขณะที่ดำเนินงานโครงการ

2.4 นโยบายที่มีพื้นฐานอยู่บนทฤษฎี หลักสาเหตุและผลลัพธ์ที่เชื่อถือได้นโยบาย ที่ประสบความสำเร็จ อาจเนื่องจากผู้กำหนดนโยบายไม่เข้าใจปัญหาที่นโยบายต้องการแก้ไข อย่างเพียงพอว่าอะไรเป็นสาเหตุอะไรเป็นทางแก้ไขปัญหา อะไรเป็นโอกาส หรืออะไรเป็นอาการของปัญหา (Pressman; & Wildavskyอ้างถึงในมูรี อนุมานราชชน, 2547: 212-213) กล่าวว่ำนโยบาย คือ

สมมติฐาน เกี่ยวกับเงื่อนไข ที่ต้องเกิดขึ้นก่อนผลลัพธ์ที่คาดหวัง ถ้านโยบายล้มเหลว อาจเป็น เพราะทฤษฎี หลักเหตุผลที่เป็นพื้นฐานของนโยบายไม่ถูกต้องมากกว่าที่จะเป็นเพราะการดำเนินงานตามนโยบายไม่มีปัญหาของการนำนโยบายไปปฏิบัติอาจจะแก้ไขให้ถ้าทำการวิเคราะห์นโยบายอย่างดี ตั้งแต่ในขั้นนิยามประเด็นปัญหา และวิเคราะห์ทางเลือก การคัดสรรทางเลือก ไม่ใช่ขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการกำหนดนโยบาย และการนิยามประเด็นปัญหา เป็นการยอมรับเงื่อนไขของผลลัพธ์ ที่ต้องการสำหรับใช้กำหนดทางเลือกของนโยบาย

2.5 ความสัมพันธ์ระหว่างสาเหตุ และผลลัพธ์เป็นความสัมพันธ์ทางตรงโดยไม่มี ความสัมพันธ์อื่นใดมาแทรก (Pressman & Wildavsky อ้างถึงในมูรี อนุমানราชชน, 2547: 213) กล่าวว่า นโยบายอาศัยความสัมพันธ์ แบบสาเหตุ และผลลัพธ์ตามลำดับของเหตุการณ์ที่ต่อเนื่องกัน หลายฝ่ายเข้ามาเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์กัน ตามสาเหตุและผลลัพธ์มากเท่าใดความสัมพันธ์จะยิ่ง สลับซับซ้อนเป็นไปได้ ที่ฝ่ายต่าง ๆ อาจจะไม่เข้าใจนโยบายนั้นอย่างดี และทำให้นโยบายไปปฏิบัติ ได้ไม่ดีนัก หรือมีแนวโน้ม ที่จะล้มเหลว

2.6 ความสัมพันธ์แบบพึ่งพาระหว่างหน่วยงานอยู่ในระดับต่ำในการนำนโยบาย ไปปฏิบัติ จนสัมฤทธิ์ผลระดับสูง ต้องอาศัยหน่วยงานเดียวเท่านั้นที่รับผิดชอบในการนำนโยบายไปปฏิบัติ การ นำนโยบายไปปฏิบัติที่ประสบความสำเร็จต้องไม่พึ่งพาหน่วยงานอื่น ถ้ามีหน่วยงานอื่นมาเกี่ยวข้อง ความสัมพันธ์ที่มีต้องเป็นความพึ่งพาในระดับต่ำ และความสัมพันธ์นั้นต้องมีความสำคัญกับการนำ นโยบายไปปฏิบัติมีความยุ่งยากสลับซับซ้อน เพราะต้องทำให้ผู้เกี่ยวข้องเห็นพ้องกัน หรือยอมรับตัว นโยบายนั้น ปัจจัยนี้ทำให้ผลลัพธ์ที่คาดหวัง เกิดขึ้นได้ยาก

2.7 ความเข้าใจและความเห็นพ้องกันในวัตถุประสงค์อย่างสมบูรณ์ เป็นสิ่งจำเป็น ตลอด ระยะเวลาที่มีการนำนโยบายไปปฏิบัติ วัตถุประสงค์ของนโยบาย ควรจะกำหนดในลักษณะ เฉพาะเจาะจง และในลักษณะที่วัดได้เป็นตัวเลข เชิงปริมาณ วัตถุประสงค์นั้นควรเป็นที่เข้าใจและเห็น พ้องกันในองค์การรวมทั้งควรสอดคล้องและสนับสนุนซึ่งกันและกัน เพื่อนำวัตถุประสงค์มาเป็น แนวทางกำหนดทิศทาง

2.8 การจัดกิจกรรมตามลำดับอย่างเหมาะสม เพื่อให้วัตถุประสงค์ ของนโยบายบรรลุ สัมฤทธิ์ผลจะต้องกำหนดกิจกรรมต่าง ๆ ที่ผู้นำนโยบายไปปฏิบัติต้องดำเนินการกำหนดรายละเอียด และลำดับของกิจกรรมทั้งหมด ในการนำนโยบายไปปฏิบัติมักมีปัญหาหรืออุปสรรคต่าง ๆ แต่เทคนิค โครงข่ายอาจนำมาใช้เป็นกรอบในการวางแผนโดยระบุกิจกรรมที่ต้องการ ผูกความสัมพันธ์ของ กิจกรรมต่าง ๆ และจัดลำดับของกิจกรรมอย่างเป็นเหตุเป็นผล และต้องมีการจัดการเพื่อให้เกิดความ แน่ใจว่า กิจกรรมต่าง ๆ ได้ดำเนินการอย่างถูกต้อง ตามตารางเวลา และถ้าไม่ถูกต้องก็ต้องแก้ไขให้ เหมาะสม

2.9 การติดต่อสื่อสารและการประสานงานอย่างเต็มที่ การติดต่อสื่อสารและการประสานงาน อย่างเต็มที่ระหว่างฝ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในบริหารโครงการเป็นสิ่งจำเป็น (Hood 1976 อ้างถึงในมยุรี อนุমানราชธน, 2547 : 216) กล่าววา การนำนโยบายไปปฏิบัติ อย่างเต็มรูปแบบจะเกิดขึ้นได้ ต้องมีระบบ การจัดการที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันการติดต่อสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการประสานงาน ในการนำนโยบายไปปฏิบัติ โดยทั่วไปมักไม่มีการติดต่อสื่อสารที่สมบูรณ์ แม้ระบบสารสนเทศอาจจะช่วยให้ได้ข้อมูลที่ต้องการ แต่ไม่ได้ให้หลักประกันว่าข้อมูลและคำสั่งของผู้ส่งข้อมูลจะมีการนำไปปฏิบัติตามที่กำหนดหรืออย่างที่เราเข้าใจกันทั้งนี้เนื่องมาจากการประสานงานสัมพันธ์กับการใช้อำนาจส่วนตัวของผู้ที่เกี่ยวข้องซึ่งส่งผลต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติการประสานงานจึงไม่ใช่การติดต่อสื่อสารกันด้วยข้อมูล หรือการจัดโครงสร้างการบริหารที่เหมาะสมเท่านั้น

2.10 ผู้มีอำนาจหน้าที่นำนโยบายไปปฏิบัติต้องได้รับการยอมรับอย่างแท้จริง (Hood, 1976อ้างถึงในมยุรี อนุমানราชธน, 2547: 217) ได้ให้ความหมายของความเชื่อฟัง การยอมรับโดยสิ้นเชิงว่า หมายถึง การไม่ต่อต้านคำสั่งใด ๆ ถ้าการนำนโยบายไปปฏิบัติ เกิดการต่อต้านจากผู้ที่เกี่ยวข้อง ระบบ ข้อมูลที่มีอยู่ทั้งหมดจะต้องช่วยให้ทราบล่วงหน้าถึงการต่อต้าน เพื่อให้สามารถเข้ามาจัดการควบคุมการต่อต้านได้ทันที เงื่อนไขที่ทำให้การนำนโยบายไปปฏิบัติเกิดขึ้นอย่างเต็มรูปแบบคือ ผู้มีอำนาจหน้าที่ นำนโยบายไปปฏิบัติต้องมีอำนาจบารมีในการทำให้บุคคลอื่นทั้งภายในและภายนอกองค์กรยอมรับ ตนเองเพื่อผู้มีอำนาจหน้าที่นั้น จะได้รับความเห็นชอบ และสามารถประสานงาน นโยบาย แผนงาน โครงการซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นต่อความสำเร็จของนโยบาย แผนงาน โครงการนั้น

ความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติ

ความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติ คือการนำนโยบายไปปฏิบัติที่ให้ผลการปฏิบัติที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของนโยบายในระยะสั้น และมีทิศทางที่จะช่วยทำให้เกิดผลกระทบของนโยบายในส่วนที่ต้องการได้ในระยะเวลาที่ต้องการ ในขณะที่ความล้มเหลวของการนำนโยบายไปปฏิบัติ คือความไม่สามารถนำนโยบายไปปฏิบัติให้บรรลุไปปฏิบัติให้บรรลุเป้าหมายของนโยบายได้ตามที่ต้องการ

การวัดความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติ มีแนวทางการวัดแตกต่างออกไปอย่างน้อย 3 แนวทางคือ (Randall B.Ripley และGrance A.Frankin 1982: 199-200)

แนวทางที่1 ความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติสามารถวัดได้จากระดับของความร่วมมือที่ผู้รับนโยบาย ถ้าระดับความร่วมมือมีสูงระดับความสำเร็จในการนำนโยบายไปปฏิบัติก็มีสูงตามไปด้วย และในทางกลับกันถ้าระดับความร่วมมือมีต่ำก็ย่อมหมายความว่าระดับของความล้มเหลวในการนำนโยบายไปปฏิบัติมีสูง

แนวทางที่ 2 ความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติสามารถพิจารณาได้จากเงื่อนไขที่ว่า ได้มีการบรรลุการปฏิบัติตามนโยบายนั้นตามภาระหน้าที่ขององค์กรที่รับผิดชอบด้วยความราบรื่นและปราศจากปัญหา ถ้าการปฏิบัติตามนโยบายใดเต็มไปด้วยความขัดแย้งหรือมีอุปสรรคขัดข้องเกิดขึ้นมากเท่าใด ระดับของความล้มเหลวก็น่าจะมีสูงขึ้นเท่านั้น

แนวทางที่ 3 ความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติสามารถพิจารณาได้จากการที่นโยบายนั้นก่อให้เกิดผลการปฏิบัติงานในระยะสั้น(short performance)และก่อให้เกิดผลกระทบ (impact)ตามที่ปรารถนาหรือไม่

การประเมินระดับความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติ ควรพิจารณาจากผลการปฏิบัติในระยะสั้นว่ามีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ตามที่ตั้งไว้เพียงใด การประเมินความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติสามารถทำได้ในระหว่างที่นโยบายยังอยู่ในกระบวนการของการนำนโยบายไปปฏิบัติ ในลักษณะของการประเมินเพื่อหาทางแก้ไขปัญหามากกว่าการประเมินเพื่อให้รู้ผลทั้งหมดของโครงการซึ่งจะต้องใช้ระยะเวลาจนกว่าข้อมูลทางด้านผลกระทบจะพร้อม (ที่มา: www.gotoknow.org)

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว และการนำนโยบายไปปฏิบัติ

เนื่องจากการวิจัยชิ้นนี้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ ดังนั้นงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจึงเป็นการนำเสนอเกี่ยวกับนโยบายท่องเที่ยวที่นำนโยบายไปปฏิบัติ ดังนี้

ชวดี โกศลผล (2552) ศึกษาเกี่ยวกับประสิทธิผลการนำนโยบายการท่องเที่ยวไปสู่การปฏิบัติของสำนักงานการท่องเที่ยว และกีฬาจังหวัดสุโขทัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม คือ เจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ประชาชนในพื้นที่จังหวัดสุโขทัย และนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดสุโขทัย การวัดประสิทธิผลของการดำเนินนโยบายการท่องเที่ยวจังหวัดสุโขทัยของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา ประกอบด้วย โครงสร้างองค์กร บุคลากร งบประมาณ สถานที่ ภาวะผู้นำ การมีส่วนร่วม การทำงานเป็นทีม การจูงใจ จากผลการวัดระดับ ประสิทธิผลของการนำนโยบายการท่องเที่ยวของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดสุโขทัย ของทั้ง 3 กลุ่ม โดยใช้เครื่องมือศึกษาจากเอกสาร การแจกแจง ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าต่ำสุด สูงสุด และค่าฐานนิยม ใน การพรรณนาลักษณะปัจจัยสถานะด้านประชากรกลุ่ม ตัวอย่าง และทัศนคติของกลุ่มตัวอย่าง รวมถึงการ วิเคราะห์ว่าตัวแปรใดมีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลของ การนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ โดยใช้ การวิเคราะห์ด้วยค่า ไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า อยู่ในระดับมาก นั้นหมายความว่า ภาครัฐที่เกี่ยวข้อง, นักท่องเที่ยว, ประชาชนในพื้นที่ จังหวัดสุโขทัย มากกว่า 70% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 มีความพอใจต่อทางด้านการท่องเที่ยว ทั้ง ทางด้านนโยบาย แผนการส่งเสริม สถานที่ท่องเที่ยว ภายใน

จังหวัด การบริการของสำนักงานการท่องเที่ยว และกีฬาและหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ประสพผลสำเร็จตรงตามประสงค์ที่วางไว้

รวิภา หอมเศรษฐี (2541) ศึกษาเรื่องประสิทธิผลของการนํานโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ : กรณีศึกษาจังหวัดเชียงราย พบว่า ปัจจัยที่เกี่ยวกับนโยบายและการบริหารที่มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจซึ่งเป็นตัวชี้วัดในการศึกษาประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวตัวหนึ่งนั้น ได้แก่ ความชัดเจนของวัตถุประสงค์ ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยว ความเพียงพอของทรัพยากรทางการบริหาร ความรู้ความสามารถของบุคลากร การประชาสัมพันธ์ กระบวนการติดต่อสื่อสาร การสนับสนุนของบุคลากร รวมทั้งปัจจัยทางสังคมบางตัว ได้แก่ ข่าวสารเกี่ยวกับการประทุษร้ายนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และ การเปลี่ยนแปลงทางสังคมแบบเมืองของชุมชนพื้นราบ และกลุ่มชาวเขามีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้วย แต่ปัจจัยด้านสภาวะด้านประชากรของนักท่องเที่ยวและบุคลากรไม่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแต่อย่างใด

พระนฤนาท ญาณวิริโย (สดคมขำ)(2556) ศึกษาเรื่องการนํานโยบายไปปฏิบัติด้านการส่งเสริมฟื้นฟู และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ของเทศบาลตำบลสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า

1. การแก้ไขปัญหาความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยวซึ่งบางพื้นที่ได้ประสบปัญหาจนเข้าขั้นวิกฤติ และการป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม สามารถอาศัยมาตรการเกี่ยวกับการส่งเสริมฟื้นฟูและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวเข้ามาแก้ไขปัญหาดังกล่าว เพื่อไม่ให้ทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ต้องอาศัยท้องถิ่นเข้ามามีบทบาทในการส่งเสริมฟื้นฟู และอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวในฐานะเจ้าของ ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว

2. การนํานโยบายไปปฏิบัติด้านการส่งเสริมฟื้นฟู และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของเทศบาลตำบลสามชุก ในการทำแผนเพื่อพัฒนาได้จัดให้มีการประชุมร่วมสามฝ่าย ได้แก่ องค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่น เอกชน และประชาชนในชุมชนเพื่อเสนอโครงการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน หลังจากนั้น จัดลำดับความสำคัญของโครงการแล้วจึงจัดทำเป็นแผนพัฒนาสามปีเพื่อนํานโยบายไปปฏิบัติ ในการนํานโยบายการท่องเที่ยวไปปฏิบัติทางเทศบาลได้จัดคณะกรรมการชุมชนขึ้นมาประสานงานกับ คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์เพื่อทำงานด้านการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวร่วมกัน โดยมี หลักการพัฒนาเพื่อที่จะอนุรักษ์ความดั้งเดิมของแหล่งท่องเที่ยวรวมถึงวิถีชีวิตของชุมชนเอาไว้ และสร้างรายได้ให้กับชาวบ้านในชุมชนนั้นด้วย

3. เพื่อให้การนํานโยบายไปปฏิบัติด้านการส่งเสริมฟื้นฟู และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิง อนุรักษ์ของเทศบาลตำบลสามชุกประสบความสำเร็จสมรรถนะภายในองค์การมีความสำคัญเพื่อให้ โครงการดำเนินไปอย่างราบรื่น ดังนั้นองค์การจะต้องมีความพร้อมในด้านต่างๆ ได้แก่ 1) ด้านโครงสร้างองค์การ จะต้องมีความชัดเจนไม่ซับซ้อนเพื่อความสะดวกในการสั่งการตามลำดับชั้น 2) ด้านบุคลากร

เพื่อให้การพัฒนามีประสิทธิภาพควรจัดอบรมบุคลากรเป็นประจำให้มีความพร้อมในการปฏิบัติตาม
 หน้าที่ 3) ด้านงบประมาณ ถ้าอาศัยเฉพาะที่มาจากเทศบาลเพียงอย่างเดียวไม่น่าเพียงพอต่อความ
 ต้องการในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนที่มีหลายแห่ง ดังนั้นภาคเอกชน และภาคประชาชนใน
 ท้องถิ่นควรเข้ามาสนับสนุนด้านงบประมาณด้วย 4) ด้านสถานที่ ควรเลือกจากแหล่งท่องเที่ยวใน
 ชุมชนที่มีความพร้อมในการพัฒนาและจัดทำเป็นเครือข่ายเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนเข้า
 ด้วยกัน 5) ด้านวัสดุอุปกรณ์และ สิ่งอำนวยความสะดวก มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่ออำนวยความสะดวก
 ให้กับนักท่องเที่ยวที่เข้ามา เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความ
 ประทับใจและบอกต่อนักท่องเที่ยวได้รู้จักมากขึ้น และกลับมายังแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนอีกครั้ง
 หนึ่ง ดังนั้นการส่งเสริมฟื้นฟู และพัฒนาแหล่ง ท่องเที่ยวในชุมชนไม่ให้เกิดปัญหาความเสื่อมโทรมของ
 แหล่งท่องเที่ยวในชุมชนองค์กรปกครองส่วน ท้องถิ่น ภาคเอกชน ภาคประชาชน และสมรรถนะภายใน
 องค์กร ได้แก่ โครงสร้างองค์กร บุคลากร งบประมาณ สถานที่ วัสดุอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก
 มีความสำคัญในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ สามารถมีความพร้อมรองรับนักท่องเที่ยวได้

กล่าวโดยสรุป

นโยบายและการวางแผนการศึกษา หากจะนำไปสู่การปฏิบัติให้ได้ตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้
 ทุกก้าวเดินของการกำหนดนโยบาย การนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ทุกคนในองค์กรต้องมีส่วนร่วม จะ
 ทำให้ปัจจัยที่สำคัญ ทั้งข้อความของนโยบาย มีความชัดเจน จะได้รับการสนับสนุนจากผู้มีอำนาจ
 องค์กรจะมีศักยภาพและความสามารถที่จะนำนโยบายไปปฏิบัติ และเกิดจิตสำนึกของผู้ปฏิบัติ หรือ
 ทัศนคติของผู้ปฏิบัติที่สำคัญผู้นำในองค์กรต้องเข้มแข็ง และมีการกำกับดูแลติดตามประเมินผลและ
 โดยเฉพาะอย่างยิ่งคือ การเสริมแรง ซึ่งจะเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะทำให้องค์กรเกิดการเปลี่ยนแปลง และ
 นำไปสู่ความสำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ดังนั้นถ้าจะนำตัวแบบใดไปประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์ขั้นตอนการนำนโยบายไปปฏิบัติว่า
 นโยบายสาธารณะนั้น ๆ สำเร็จหรือไม่สำเร็จ ขึ้นอยู่กับปัจจัยหรือตัวแปรใดบ้าง เราต้องพิจารณาว่า
 นโยบายสาธารณะนั้นเป็นนโยบายประเภทใด หากเป็นนโยบายที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลาย
 กลุ่ม และต้องอาศัยการสนับสนุนจากหลาย ๆ ฝ่ายตลอดจนเกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ
 สังคม การเมืองก็ควรใช้ตัวแบบที่มีความครอบคลุมมากมาวิเคราะห์

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยววิถีไทย

ความหมายของการท่องเที่ยว

ในพจนานุกรม Webster's Third New International Dictionary ได้ให้ความหมายของคำว่า
 Tourism หรือ การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อสราญใจ การบริหารงานธุรกิจเกี่ยวกับการ

ท่องเที่ยว ส่วน Tourist หมายถึงนักท่องเที่ยว ผู้ที่เดินทางจากอีกจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง เพื่อเฝ้าหา
 สุขารมณ์หรือเพื่อความรู้ทางวัฒนธรรมแล้วกลับมา ณ จุดเริ่มต้น คำว่า การท่องเที่ยว จึงเป็นคำที่มี
 ความหมายกว้างมิได้มีความหมายเพียงการเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความสนุกสนาน
 เท่านั้น แต่ยังหมายถึงการเคลื่อนย้ายประชากรจากแห่งหนึ่งไปยังอีกแห่งหนึ่ง รวมทั้งการเดินทาง
 ภายในประเทศและเดินทางระหว่างประเทศ การท่องเที่ยวจึงเป็นกระบวนการที่มีความสัมพันธ์ต่อกัน
 มีกิจกรรมร่วมกัน มีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน ได้รับความรู้ ความสนุกสนานเพลิดเพลิน ในปัจจุบันการ
 ท่องเที่ยวจึงเป็นธุรกิจที่กว้างขวาง ความหมายของการท่องเที่ยวนั้นอาจสรุปได้ในเงื่อนไข 3 ประการ
 คือ ประการแรก ต้องเดินทางจากถิ่นที่อยู่อาศัยไปยังที่อื่นชั่วคราว ประการที่สอง ต้องเดินทางไปด้วย
 ความสมัครใจ และประการสุดท้ายเดินทางด้วยจุดมุ่งหมายใดก็ได้ ที่มีใช้เพื่อการประกอบอาชีพ หรือ
 หารายได้ (วรรณ วลัยวนิช, 2539)

ปัจจัยของการท่องเที่ยว แบ่งได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

1) **สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว(Attraction)** หมายถึง สิ่งที่สามารถดึงดูดหรือโน้มน้าวใจให้
 เกิดความสนใจปรารถนาที่จะไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยว พื้นที่ที่นักท่องเที่ยวไปเยือนจะต้องเป็น
 พื้นที่ที่มีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ในแหล่งท่องเที่ยวจะมีจุดที่เป็นสิ่งดึงดูดใจทางการ
 ท่องเที่ยวจุดหนึ่งหรือหลายจุดก็ได้ ถ้ามีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวหลายจุด แหล่งท่องเที่ยวนั้นจะมี
 นักท่องเที่ยวและสนใจนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวกันมากสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 2
 ประเภทใหญ่ๆ คือ(1) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่ธรรมชาติให้มา (Natural Attraction Factors) คือ
 ความงามตามธรรมชาติที่สามารถดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปเที่ยวในพื้นที่นั้น เช่น หาดทรายที่
 สวยงาม สภาพป่า และชีวิตสัตว์ป่า เป็นต้น(2)สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น
 (Historical and Cultural Attraction Factors) เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นแล้วสามารถดึงดูดใจให้มนุษย์
 ไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น สิ่งก่อสร้างที่เป็นสถาปัตยกรรม ได้แก่ วัด วัง เมืองโบราณ
 เป็นต้น วิถีชีวิตจากการกระทำของคน เช่น ตลาดน้ำ ก็เป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่มนุษย์ทำให้
 เกิดขึ้นมา รวมทั้งกิจกรรมต่างๆ ที่คนเราสร้างขึ้นมา เช่น การแข่งกีฬา การแสดง การจัดเทศกาล เช่น
 งานเทศกาลอาหาร งานเทศกาลผลไม้ เป็นต้น

2) **สิ่งอำนวยความสะดวก(Facility)** หมายถึง สิ่งต่างๆที่รองรับการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อทำ
 ให้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปได้อย่างสะดวกสบายที่สำคัญมากที่สุดคือ เรื่องที่พักแรมไม่ว่าจะ
 เป็นที่พักในรูปแบบโรงแรม รีสอร์ท บังกะโล เกสต์เฮาส์ สิ่งสำคัญอันดับรองลงมา คือ การบริโภคจึง
 ต้องมีร้านอาหารบริการสำหรับนักท่องเที่ยว ตลอดจนข่าวสารข้อมูลเพื่อการเดินทางไว้บริการ
 นักท่องเที่ยว

3) การเข้าถึงได้(Accessibility) หมายถึง การไปถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ คือ ต้องมีการคมนาคมขนส่งนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก

ปัจจัยในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของแต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างกันไปตามความพึงพอใจหรือความต้องการที่จะได้รับการไปท่องเที่ยว โดยที่บางคนต้องการไปท่องเที่ยวธรรมชาติอย่างเดียวแต่บางคนอาจจะต้องการความสะดวกสบายในเรื่องของที่พักรับหรืออาหารเป็นต้น

การท่องเที่ยวจึงเป็นกระบวนการทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีองค์ประกอบหลัก 3 ด้าน คือ ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว (Tourism Resource) บริการท่องเที่ยว (Tourism Service) และการตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Market of Tourist) แต่องค์ประกอบย่อยๆที่มีความสัมพันธ์กัน เป็นเหตุและผลซึ่งกันและกัน ความแตกต่างของแต่ละรูปแบบการท่องเที่ยวจึงอยู่ที่ความแตกต่างในองค์ประกอบย่อยและความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นนั่นเอง (อรนุช ศิลปภูมิพันธ์, 2547) ทั้งนี้ การท่องเที่ยวจึงเป็นปรากฏการณ์ของมนุษย์ที่สร้างปฏิสัมพันธ์เชิงบวกกับสภาพแวดล้อมทั้งที่เป็นธรรมชาติและวัฒนธรรมในการเดินทางไปท่องเที่ยวแต่ละสถานที่ย่อมมีจุดหมายของการเดินทางไปท่องเที่ยวที่ต่างกัน

วัตถุประสงค์กับการท่องเที่ยว

โรบินสัน (Robinson) ได้กล่าวไว้ว่า วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวของบุคคลมีอยู่ 8 ประการ คือ

- 1) เพื่อฟื้นฟูสุขภาพและร่างกาย
- 2) เพื่อสุขภาพอนามัย เพื่อสูดอากาศบริสุทธิ์ อาบแดด อาบน้ำแร่
- 3) เพื่อเข้าร่วมหรือชมกิจกรรมทางกีฬา
- 4) เพื่อไปชมสิ่งที่แปลกใหม่ในต่างประเทศ
- 5) เพื่อความรื่นเริงบันเทิงใจ ความสนุกสนาน ความสดชื่น เพื่อการพักผ่อน
- 6) เพื่อสาเหตุส่วนตัว เช่น ไปเยี่ยมญาติ ไปพบเพื่อนใหม่หรือเพื่อหลบหนีคนที่ใกล้ชิดจำเจ
- 7) เพื่อเหตุผลทางด้านจิตใจ ศาสนา
- 8) เพื่ออาชีพและการธุรกิจ

ตามมติเอกฉันท์ของสหประชาชาติในการประชุมครั้งที่ 21 ในปี พ.ศ. 2510 อันเป็นปีท่องเที่ยวสากลว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมพื้นฐานที่มนุษยชาติต้องการมากที่สุด ควรที่รัฐบาลของทุกประเทศและมนุษย์ทุกคนจะสนับสนุน (Burkart; & Medlik, 1985: 59) จากมูลเหตุจูงใจเพื่อการท่องเที่ยวที่กล่าวมานี้ คงจะไม่มีมูลเหตุจูงใจอันใดอันหนึ่งที่เป็นตัวกระตุ้นที่เด่นที่สุด แต่มีลักษณะผสมผสานกัน

ความหมายวิถีไทย

วิถีไทย คำว่า วิถีไทย มาจากคำศัพท์ วิถี (สาย แนว ถนน หรือทาง) ประกอบคำว่า ไทย คำศัพท์วิถีไทยจึงมีความหมายว่า แนวทางความเป็นไทย มีความหมายโดยนัยคือ การดำรงชีวิตของผู้

คนในสังคมไทย ตลอดจนการพัฒนาประเทศบนพื้นฐานวัฒนธรรมไทย ที่ปรับเปลี่ยนได้อย่างเหมาะสม กับสภาพการณ์เปลี่ยนแปลงในแต่ละช่วงสมัย วิถีชีวิต หมายถึง ความเป็นอยู่ในชีวิตประจำวันของผู้คนในแต่ละสังคมบนพื้นฐานวัฒนธรรมของสังคมนั้น ๆ

วิถีไทย อีกความหมายหนึ่งของนักวิชาการทางวัฒนธรรมได้รวมตัวกันคิดแล้วจึงระบุว่า วิถีไทยนั้นเป็นแนวทางการดำรงชีวิตของคนไทยที่บรรพบุรุษไทยได้สืบทอดกันต่อๆ มาจากอดีตจนถึงปัจจุบัน ที่สำคัญเป็นแนวทางในเรื่องที่ดีที่สังคมยอมรับกันเป็นบรรทัดฐานและสำหรับวิถีไทยมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับการท่องเที่ยวอาจแบ่งเป็นด้านสำคัญๆ คือ

ด้านอาหารและการกิน คือ วิธีการปรุงอาหาร มารยาท รสชาติ คุณค่าทางโภชนาการ ฯลฯ

ด้านการแต่งกาย การแต่งกายที่ผิดแผกกันไปในแต่ละภูมิภาค วัสดุ วิธีการแต่งกาย ฯลฯ

ด้านที่อยู่อาศัย ลักษณะของที่อยู่อาศัยที่แตกต่างกันไปตามภูมิภาค ฯลฯ

ด้านประเพณี งานบุญ งานประเพณี ตามแบบความเชื่อความนิยมของแต่ละท้องถิ่น ฯลฯ

ด้านภาษา ภาษาที่แตกต่างกันในแต่ละท้องถิ่น ภาษาโบราณ ภาษาสมัยใหม่ ภาษาอินเทอร์เน็ต

ด้านอาชีพ การทำงานเพื่อการดำรงชีวิตในแนวทางต่างๆ การเกษตร การประมง การช่าง การค้า

ด้านความเชื่อ เป็นความเชื่อและศรัทธาในสิ่งต่างๆ เช่น ศาสนา อิทธิปาฏิหาริย์ ปรากฏการณ์พิสดาร

ด้านศิลปะพื้นถิ่น เป็นภูมิปัญญาด้านศิลปะ ดนตรี ทัศนศิลป์ ศิลปะการต่อสู้ ที่แตกต่างกันไปตามพื้นที่

วิถีไทยทุนทางสังคมและวัฒนธรรม

หากจะเปรียบเทียบความมีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของไทยกับประเทศต่างๆ ทั่วโลก มองอย่างรวดเร็ว ก็เห็นได้ว่า ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมเฉพาะตัวที่ชัดเจนในระดับต้นๆ แม้ว่าเราจะกำลังอยู่ในวัฒนธรรมอินเดียและจีนก็ตาม ความเป็นไทยหลายส่วนก็ไม่ซ้ำแบบใคร ไม่ว่าจะเป็นภาษา ท่าที การแสดงออกซึ่งอัธยาศัยไมตรี รอยยิ้ม อันเป็นส่วนที่แสดงออกมาจากภายในของผู้คนไปจนถึงการแสดงออกผ่านความเชื่อและค่านิยมในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีชีวิตของผู้คน อาหารการกิน ศาสนา ศิลปวัฒนธรรมแขนงต่างๆ ทั้งจิตรกรรม ประติมากรรม สถาปัตยกรรม วรรณกรรม ดนตรีและนาฏศิลป์ ฯลฯ ที่พบเห็นได้ในชีวิตประจำวันทั่วไป และเรียกสั้นๆ อย่างเข้าใจตรงกันว่า วิถีไทย (Thainess) ในขณะที่ประเทศ ต่างๆ ส่วนใหญ่ในโลก มีภาพที่สังกัดอยู่กับกลุ่มวัฒนธรรม เช่น กลุ่ม วัฒนธรรมตะวันตก กลุ่มอาหรับ กลุ่มจีน กลุ่มอินเดีย ฯลฯ หลายๆ ประเทศ มีวัฒนธรรมเดียวกัน หรือ คล้ายกัน อาจจะมีอยู่บ้างบางส่วนที่

เป็นเอกลักษณ์ เฉพาะตัว แต่จะให้ชัดเจนในความรับรู้และเข้าใจจนเรียกได้ว่าเป็นวิถีคนชาตินั้น จากที่กล่าวมานี้ อาจไม่เกี่ยวกับระดับของการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ หรือความกินดีอยู่ดี แต่เรื่องนี้เกี่ยวข้องกับความภาคภูมิใจและเกียรติภูมิที่เรคนไทยเองรับรู้สัมผัสได้ และที่สำคัญ ในกระแสโลกยุคนี้เราจะใช้ประโยชน์จากเรื่องนี้อย่างไร ที่จะให้คุณค่าและ แก่นแท้ของวิถีไทยถูกถ่ายทอดและส่งผ่านประสบการณ์ที่ดีและน่าประทับใจ ให้กับแขกผู้มาเยือน เอกลักษณ์และความงดงามสืบทอดต่อเนื่องได้อย่าง ยั่งยืน ในขณะที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศได้ ตามที่คาดหวัง

เป็นที่ทราบกันดีว่า ประเทศไทยเราได้ใช้ประโยชน์จากวิถีไทยนี้ มาอย่างยาวนานแล้ว ผ่านการสื่อสารเพื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวชื่นชม สัมผัส ลองนึกถึงภาพ โปสเตอร์ของพระบรมมหาราชวังและโปสเตอร์ของสถาปัตยกรรม ไทยต่างๆ ที่มีความประณีตงดงาม ภาพของกลุ่มเรือแจวที่ชนสินค้า เข้ามาขายในตลาดน้ำดำเนินสะดวก ภาพสุภาพสตรีใส่ชุดไทยสวยงาม พนมมือไหว้ หรือภาพของการรดน้ำดำหัวในเทศกาลมหาสงกรานต์ และภาพอื่นๆ อีกมากมาย ล้วนเสนอแง่มุมคุณค่าวิถีไทยให้แขกต่างบ้านต่างเมืองได้รับรู้ และคาดหวังให้มาร่วมชื่นชม เพื่อให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจ จากการท่องเที่ยว จนกล่าวได้ว่าวัฒนธรรม เป็นปัจจัยสำคัญของการพัฒนา และส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศ โดยที่ประเทศไทยเองก็มีทรัพยากร ท่องเที่ยวที่มากมาย หลากหลายครบทุกประเภททั้งธรรมชาติและวัฒนธรรม ที่ส่งเสริมเกื้อกูลภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจนถือได้ว่าคุ้มค่าที่จะเดินทาง มาท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม ในระยะที่ผ่านมาดูเหมือนว่า มีเพียงภาพของวิถีไทยที่เด่นๆ ถูกคัดสรรเพื่อเผยแพร่สู่การรับรู้ของนักท่องเที่ยว แต่เนื้อหาสาระคงยังไม่เพียงพอที่จะนำเสนอเรื่องราวความหมาย ให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้และเข้าใจอย่างซาบซึ้งจนวิถีไทยขึ้นมาโดดเด่นอยู่กลางใจนักท่องเที่ยวและเป็นแรงดึงดูดที่สำคัญที่จะต้องเดินทาง มาเยือนเพื่อสัมผัสชื่นชม แต่ตรงกันข้ามการขาดเนื้อหาสาระที่ดีพอ ยังทำให้เกิดความคลาดเคลื่อนในความเข้าใจ พร้อมๆ กับเกิดการนำเสนอที่ผิดเพี้ยนเพียงผลทางการค้า ไม่ตรงกับคุณค่าแก่นแท้ของวิถีไทย ในหลายกรณี โดยเฉพาะเรื่องนวดไทย และอาหารไทย เป็นประเด็นให้ วิชาทศวรรษวิจารณ์มาอย่างต่อเนื่อง

กล่าวโดยสรุป

การท่องเที่ยววิถีไทยจะเชื่อมโยงระหว่างวัฒนธรรมในท้องถิ่นกับการท่องเที่ยววิถีไทยให้กับนักท่องเที่ยว ที่มีการให้นักท่องเที่ยวได้เข้าไปเห็นถึงวัฒนธรรมความเป็นอยู่และซื้อสินค้าในท้องถิ่น ถือเป็นการกระจายรายได้และลดความเหลื่อมล้ำ ที่สำคัญเป็นการสร้างความภาคภูมิใจในความเป็นไทย และปลูกฝังให้เยาวชนรักในท้องถิ่นและได้เรียนรู้ถึงคุณค่าในวิถีชีวิตดั้งเดิมของท้องถิ่นอีกด้วย

2.3 นโยบายการท่องเที่ยววิถีไทย

จากนโยบายของรัฐบาลที่ในปีพ.ศ. 2558 เป็นปีท่องเที่ยววิถีไทย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จึงมีเป้าหมายรายได้จากการท่องเที่ยวที่รัฐบาลกำหนดไว้ให้ทั้งสิ้น 2.2 ล้านล้านบาท โดย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้แบ่งเป้าหมายย่อยออกเป็น 2 ส่วนตลาดใหญ่ๆ ดังนี้

ตลาดต่างประเทศ(คนต่างชาติมาเที่ยวเมืองไทย) กำหนดเป้าหมายรายได้ไว้จำนวน 1.4 ล้านล้านบาท (คาดว่าจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวตลอดทั้งปีประมาณ 28 ล้านคนครั้งต่อปี)

ตลาดในประเทศ(คนไทยเที่ยวเมืองไทย) กำหนดเป้าหมายรายได้ไว้จำนวน 0.8 ล้านล้านบาท (คาดว่าจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยตลอดทั้งปี ประมาณ 148 ล้านคนครั้งต่อปี) และตลาดในประเทศ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยยังได้แบ่งพื้นที่การตลาดย่อย เล็กลงอีกเป็น 5 ตลาด หรือ 5 ภูมิภาคท่องเที่ยวไทย ประกอบด้วย

- ภูมิภาคภาคเหนือ
- ภูมิภาคภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- ภูมิภาคภาคใต้
- ภูมิภาคภาคตะวันออก
- ภูมิภาคภาคกลาง

เพื่อให้การส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว และประสานงานกับพันธมิตรธุรกิจท่องเที่ยวทุกภาคส่วนต่างๆในแต่ละจังหวัด ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ตามนโยบายของรัฐบาลต่อไป

ในส่วนตลาดท่องเที่ยวภาคกลาง(ททท.ภูมิภาคภาคกลาง)ซึ่งรับผิดชอบในพื้นที่ 19 จังหวัดภาคกลาง(รวมทั้งพื้นที่กรุงเทพมหานครด้วย) ได้รับส่วนแบ่งการตลาดตามเป้าหมาย นักท่องเที่ยวไทย (คนไทยเที่ยวไทย) กำหนดเป้าหมายรายได้ในส่วนภูมิภาคภาคกลางไว้จำนวน 370,000 ล้านบาท (คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ความรับผิดชอบตลอดทั้งปีประมาณ 70 ล้านคนครั้งต่อปี)โดยได้แบ่งภาระหน้าที่และเป้าหมายความรับผิดชอบ ร่วมกับเครือข่ายภาคี ผ่านสำนักงาน ททท.ในเขตความรับผิดชอบการตลาด 8 สำนักงาน ททท.ภาคกลาง ดังนี้

- ททท. สำนักงานกรุงเทพมหานคร (รับผิดชอบพื้นที่ กรุงเทพมหานคร สมุทรปราการ นนทบุรี ปทุมธานี ฉะเชิงเทรา) รับเป้าหมายจำนวนรายได้ 280,000 ล้านบาท (ประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวไทย 29 ล้านคนครั้งต่อปี)

- ททท. สำนักงานเพชรบุรี(รับผิดชอบพื้นที่ เพชรบุรี ราชบุรี)รับเป้าหมายจำนวนรายได้ 20,090 ล้านบาท (ประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวไทย 7.2 ล้านคนครั้งต่อปี)

- ททท. สำนักงานประจวบคีรีขันธ์ (รับผิดชอบพื้นที่ ประจวบคีรีขันธ์)

รับเป้าหมายจำนวนรายได้ 19,514 ล้านบาท (ประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวไทย 4.1 ล้านคนครั้งต่อปี)

- ททท. สำนักงานกาญจนบุรี (รับผิดชอบพื้นที่ กาญจนบุรี)

รับเป้าหมายจำนวนรายได้ 14,370 ล้านบาท (ประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวไทย 7 ล้านคนครั้งต่อปี)

- ททท. สำนักงานลพบุรี (รับผิดชอบพื้นที่ ลพบุรี สระบุรี สิงห์บุรี)

รับเป้าหมายจำนวนรายได้ 12,404 ล้านบาท (ประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวไทย 8.3 ล้านคนครั้งต่อปี)

- ททท. สำนักงานพระนครศรีอยุธยา (รับผิดชอบพื้นที่ พระนครศรีอยุธยา)

รับเป้าหมายจำนวนรายได้ 10,146 ล้านบาท (ประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวไทย 5.6 ล้านคนครั้งต่อปี)

- ททท. สำนักงานสมุทรสงคราม (รับผิดชอบพื้นที่ สมุทรสงคราม สมุทรสาคร นครปฐม)

รับเป้าหมายจำนวนรายได้ 7,010 ล้านบาท (ประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวไทย 5.6 ล้านคนครั้งต่อปี)

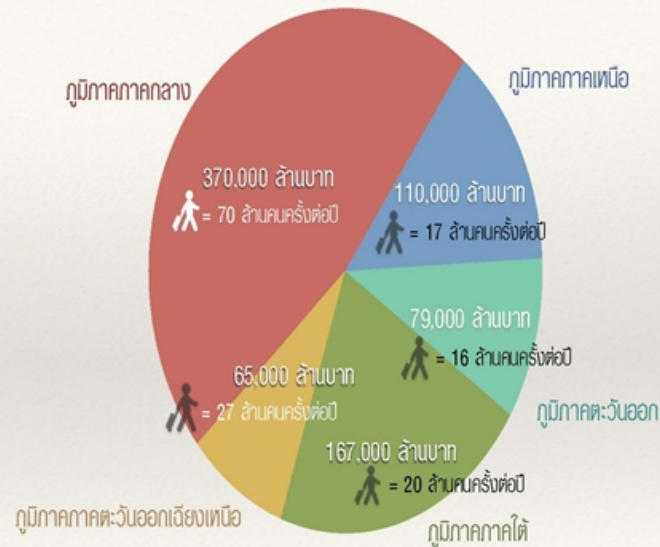
- ททท. สำนักงานสุพรรณบุรี (รับผิดชอบพื้นที่ สุพรรณบุรี อ่างทอง ชัยนาท)

รับเป้าหมายจำนวนรายได้ 4,107 ล้านบาท (ประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวไทย 3.4 ล้านคนครั้งต่อปี)

แบ่งตลาดท่องเที่ยวในประเทศ (ไทยเที่ยวไทย) เป็น 5 ตลาด

2558

รายได้จากการท่องเที่ยว
ตลาดในประเทศ
(นักท่องเที่ยวไทยเที่ยวไทย)
800,000 ล้านบาท
จำนวนนักท่องเที่ยว
148 ล้านคนครั้งต่อปี



ภาพประกอบ 2 ตราสัญลักษณ์ ปีท่องเที่ยววิถีไทย 2558

ที่มา : www.tiewpakklang.com

ดังนั้นแผนงานการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว ททท.ภูมิภาคภาคกลาง ปี 2558 ททท.ภูมิภาคภาคกลาง จึงได้เน้นการทำงานในเชิงยุทธศาสตร์เพื่อขับเคลื่อนไปสู่เป้าหมาย โดยการทำงานในเชิงบูรณาการและสร้างเครือข่าย ร่วมกับขับเคลื่อนท่องเที่ยวแต่ละท้องถิ่นที่มีจุดหมายที่เป็นเอกลักษณ์ ในปีท่องเที่ยววิถีไทย 2558 สร้างเป็นแบรนด์เที่ยวภาคกลางให้เข้มแข็ง สร้างภาพลักษณ์จุดหมายและง่ายต่อการจดจำด้วยการต่อยอดคำพูดที่ว่า 'เที่ยวหลากหลายสไตล์ภาคกลาง' นำมากระตุ้นการตลาดท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวออกมาเที่ยวภาคกลาง ในแต่ละเดือนจะมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมโดยอาศัยกิจกรรมพิเศษที่จะช่วยการส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยว การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และสร้างกระแสให้เกิดการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับการตลาดตลอดทั้ง 12 เดือน พร้อมทั้งมีตลาดใหม่กับวันธรรมดาน่าเที่ยว 19 จังหวัดภาคกลาง ตลอดทั้งปี 12 แห่งท่องเที่ยวเมืองทางเลือก หรือ เมืองต้องห้ามพลาดโดยในภาคกลางมีอยู่ 2 เมือง คือ สมุทรสงครามเมืองสายน้ำ 3 เวลา และราชบุรีชุมชนคนอาร์ตเที่ยวถนนสายดอกไม้หรือ Dream Destination 2 ลพบุรี นครปฐม สุพรรณบุรี ฯลฯ (ที่มา: www.tiewpakklang.com)

ตราสัญลักษณ์ ปีท่องเที่ยววิถีไทย 2558

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ปีท่องเที่ยววิถีไทย 2558 เพื่อสร้างการเรียนรู้ถึงภาพลักษณ์ด้านบวกจากความสงบเรียบร้อยของบ้านเมือง ความรัก ความสามัคคี และเป็นมิตรของคนไทย โดยเฉพาะความสุข ความรื่นเริง ความเป็นอยู่แบบไทยที่พบเห็นได้ทั่วยุทธศาสตร์ที่เชื่อมโยงความรู้สึกของนักท่องเที่ยวให้เข้าถึงวิถีไทย (Thainess) อันจะเป็นการดำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ควบคู่กับการกระตุ้นให้เกิดบรรยากาศการเดินทางท่องเที่ยวที่สนุกสนานและเบิกบานใจ รวมถึงการเปิดประสบการณ์ใหม่ๆ ของชาวต่างชาติ ทั้งนักท่องเที่ยวกลุ่มเดินทางซ้ำ (Re-visit) กลุ่มที่ไม่เคยรู้จักประเทศไทย (First-visit) เข้ามาเรียนรู้สัมผัสเอกลักษณ์ วิถีความเป็นอยู่แบบไทย อันจะเป็นการดำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ควบคู่กับการกระตุ้นให้เกิดบรรยากาศการเดินทางท่องเที่ยวที่สนุกสนานและเบิกบานใจ รวมถึงการเปิดประสบการณ์ใหม่ๆ ของชาวต่างชาติ ทั้งนักท่องเที่ยวกลุ่มเดินทางซ้ำ (Re-visit) กลุ่มที่ไม่เคยรู้จักประเทศไทย (First-visit) เข้ามาเรียนรู้สัมผัสเอกลักษณ์ วิถีความเป็นอยู่แบบไทย



ตราสัญลักษณ์

ตราสัญลักษณ์ ปีท่องเที่ยววิถีไทย 2558 จึงเป็นตราสัญลักษณ์ที่สื่อถึงความเป็นไทยทั้งแง่ของศิลปะ วัฒนธรรม และประเพณีที่มีความงดงาม อีกทั้งยังมีความเป็นเอกลักษณ์ที่ไม่เหมือนชาติใดในโลกเพื่อสร้างการรับรู้ **สี** : เลือกใช้โทนสีทองเพื่อสื่อถึงความรุ่งเรือง งดงาม ของความเป็นไทย และสร้างความสูงค่าสง่างามในตราสัญลักษณ์

ภาพ : ใช้ภาพตัดทอนส่วยหัวของเรือ “สุพรรณหงส์” เป็นตัวแทนแห่งความรุ่งเรือง ล้ำค่าทางศิลปวัฒนธรรมของไทยที่ประณีตงดงาม เพื่อสะท้อนความงามอย่างไทยอันน่าประทับใจ และการใช้เรือในการเดินทาง ซึ่งนับเป็นวิถีของไทยอย่างดั้งเดิมอย่างแท้จริง

ภาพดอกพุดตาน: เป็นองค์ประกอบตกแต่งตราสัญลักษณ์ให้มีความอ่อนช้อยลงตัว และสื่อถึงความสดใส และการต้อนรับแขกผู้มาเยือนด้วยจิตใจอันอบอุ่น

ตัวอักษร : ภาษาไทยใช้สัญลักษณ์ตัวอักษรที่มีหัวและขาที่อ่อนช้อย แต่สามารถอ่านได้ง่ายแม้การเน้นจังหวะตัวอักษรด้วยสีและขนาดต่างกัน

อารมณ์ ความรู้สึก (Mood and Tone) รุ่งเรือง งดงาม มีความเป็นไทยร่วมสมัย

Feel energetic : ใช้สีแดงนำทองที่แวววาวก็พิกังผจญภัย วิถีชีวิตค้ำคีน

Feel fun : ใช้สีส้มนำเสนอความสนุกแบบไทยๆ ที่แฝงตัวอยู่ทุกซอกมุม (Thai Sanook: Festivals, Streetfood)

Feel creative: ใช้สีเหลืองนำเสนอการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ความเป็นไทยและศิลปะ (Thai experience)

Feel harmonious: ใช้สีเขียวนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน วิถีชีวิต (Thai way of life)

Feel sophisticated: ใช้สีฟ้านำเสนอประวัติศาสตร์ ประเพณี ภูมิปัญญา ได้แก่ การนวดแผนไทย สมุนไพร อาหารไทย ผ้าไทย พิธีกรรมเกี่ยวข้องกับการเกษตร (Thai wisdom)

Feel prestigious : ใช้สีม่วงนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวโครงการพระราชดำริ ศิลปชีพ มรดกของแผ่นดิน ในด้านองค์ความรู้ที่คนไทยดำรงชีวิตอยู่ได้ด้วยความปลอดภัย (Thai treasures)

Feel peace of mind: ใช้สีขาวนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวมุมสงบ ธรรมชาติ ศาสนา (Thai hidden beauty)

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย อสท ฉบับเดือนธันวาคม 2557

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กำหนดให้ปี 2558 เป็นปีท่องเที่ยววิถีไทย ส่งเสริมการท่องเที่ยวตลอดปี ต้อนรับนโยบาย คสช. คืนความสุขให้ประชาชน พร้อมยืนยันเป้าหมายนักท่องเที่ยวเดิม 2.2 ล้าน นายรัชชชัย อรัญญิก ผู้ว่าการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) กล่าวว่าเพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายคืนความสุขให้ประชาชน ของ คณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ทาง ททท.ได้กำหนดให้ปี 2558 เป็นปีท่องเที่ยววิถีไทยโดยจะจัดกิจกรรมใหญ่ เพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวตลอด 12 เดือน รวมถึงการบูรณาการการทำงานในองค์กร หลังจากนั้นจะต้องมีการปรับทัศนคติ และมีการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้มากขึ้น

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจะสานต่อการใช้วิถีไทย อันได้แก่ Thai experience - Thai way of life - Thai culture โดยประกาศ เป็น ปีท่องเที่ยววิถีไทย (2015 Discover Thainess Year) เป็นผู้นำในการสร้างรายได้ผ่านการผสมผสานความร่วมมือกับทุก ภาคส่วนทั้งในประเทศและต่างประเทศอย่าง

เป็นองค์รวม พร้อมทั้งสร้างสมดุลในทุกมิติ ไม่ว่าจะเป็นโครงสร้างตลาด พื้นที่ ท่องเที่ยว ฤดูกาล เพื่อให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยยังคงสามารถสร้างรายได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืนในระยะยาว ซึ่งได้กำหนดแผนการดำเนินงาน ดังนี้

การส่งเสริมตลาดต่างประเทศ

1. สร้างความเชื่อมั่นและสร้างการรับรู้คุณค่า Happiness You can Share

แนวทางการดำเนินงาน:

สร้างความเชื่อมั่นและภาพลักษณ์ทางบวกต่อเนื่องจากปี 2557 โดยประกาศเป็นปี ท่องเที่ยววิถีไทย และส่งเสริม ตลาดภายใต้แคมเปญ Discover Thainess มุ่งสื่อสารภาพลักษณ์ที่สามารถเสริมความเข้มแข็งให้แบรนด์ประเทศไทย ด้วยการนำส่งความสุข สนุกแบบไทยๆ เป็นจุดแข็งที่แตกต่างจากชาติอื่นๆ เสนอขายแหล่งท่องเที่ยว วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี ชุมชน เน้นในเรื่องของความเป็นไทย (Thainess) และภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่โดดเด่น มีเอกลักษณ์ ผสานกับความ หลากหลายของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้หลากหลายรูปแบบ หลากหลาย Lifestyle หลากหลายโอกาส นำมาต่อยอด รวมเป็นเนื้อหาในการสื่อสาร โดยนำเสนอประสบการณ์ท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางจิตใจ (Value) ที่จับจิตและประทับใจ (Emotional Marketing) เน้นการส่ง mood and tone ทาง การสื่อสารที่สามารถเข้าถึงอารมณ์ ความรู้สึกและความต้องการของนักท่องเที่ยวเป้าหมายให้ลึกมากขึ้น มุ่งหวังให้ภาพของความประทับใจนี้ เกิดการรับรู้ในวงกว้าง เกิดการบอกต่อ (Word of mouth) เพื่อส่งต่อประสบการณ์ (Share) ผ่านช่องทางการ สื่อสาร ทั้งสื่อออนไลน์และสื่อออฟไลน์

2. สร้างสรรค์สินค้า

แนวทางการดำเนินงาน:

สร้างสรรค์กิจกรรมพิเศษระดับนานาชาติเป็นปฏิทินท่องเที่ยวตลอดทั้ง 12 เดือน เพื่อส่งต่อความสุข ความสนุกแบบ ไทยๆ ภายใต้ปีท่องเที่ยววิถีไทย ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายและพักนานวันขึ้น รวมทั้งดำเนินการสร้างสรรค์สินค้า โดยออกแบบและผลักดันสินค้าที่มีอยู่ในปัจจุบันให้มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว โดยเน้นการพัฒนาและออกแบบ สินค้าและบริการในเชิงคุณค่า (Value) ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางการตลาด ให้กับนักท่องเที่ยว ตามลักษณะความสนใจ ของนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย โดยพัฒนาต่อยอดสินค้าเดิม ด้วยการเพิ่มคุณค่าเข้าไปในสินค้า เพื่อให้เกิดผลด้าน มูลค่าเพิ่มทางการตลาด รวมทั้งดำเนินการเพื่อยกระดับการทำงานของพันธมิตร โดยเฉพาะผู้ประกอบการและเจ้าของแหล่ง ท่องเที่ยว ให้มีความพร้อมในการรองรับการท่องเที่ยวตามแนวคิดเชิงคุณค่า โดยคัดเลือกผู้ประกอบการที่มีศักยภาพ มีคุณภาพมาพัฒนา และส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสามารถนำส่งคุณค่าความประทับใจ (Value Oriented) สู่ นักท่องเที่ยว

3. ขยายตลาดคุณภาพ

แนวทางการดำเนินงาน:

เจาะกลุ่มตลาดระดับบนที่มีรายได้สูงและกลุ่มความสนใจพิเศษที่มีแนวโน้มใช้จ่ายสูงระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว 4 กลุ่มหลัก ได้แก่ กลุ่ม Golf กลุ่ม Wedding&Honeymoon กลุ่ม Health&Wellness กลุ่ม Ecotourism โดยเน้น การสื่อสารภาพลักษณ์และตอกย้ำให้เกิดภาพจำที่สอดคล้องกับคุณค่า(value) ที่กลุ่มเป้าหมายต้องการ ผสมกับการนำเสนอสินค้าที่ตรงตามลักษณะพฤติกรรมและความต้องการของแต่ละกลุ่มเป้าหมาย ผ่านช่องทางการสื่อสารทั้ง Online และ Offline ควบคู่กับการร่วมมือกับเครือข่ายภาคีทั้งในและนอกอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายและจัดทำ package พิเศษเสนอขายกระตุ้นการตัดสินใจเดินทาง

4. ขยายฐานตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่ม Quality Leisure

แนวทางการดำเนินงาน:

มุ่งเน้นการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวในกลุ่มตลาด Quality Leisure ซึ่งเป็นตลาดนักท่องเที่ยวหลักของไทยให้ เดินทางเข้ามาประเทศไทยมากขึ้น ซึ่งจะดำเนินงานใน 2กลุ่มหลัก คือ กลุ่มเดินทางครั้งแรก (First Visitor) เร่งสร้างการรับรู้ให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ที่ยังไม่เคยเดินทางมา ประเทศไทยเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยในพื้นที่ตลาดเดิม โดยการแสวงหาความร่วมมือจากเครือข่ายภาคีและเข้าร่วมงาน ส่งเสริมการขายทางการท่องเที่ยวใหม่ๆ ทั้งในและนอกอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่ตลาดหลัก พร้อมทั้งเปิดพื้นที่ตลาด ในเมืองรองที่มีศักยภาพ และเปิดตลาดใหม่ในประเทศเศรษฐกิจมีแนวโน้มขยายตัวอื่นๆ กลุ่มเดินทางซ้ำ(Repeater) ดำเนินการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางกลับเข้ามายังประเทศไทย อีกครั้ง ด้วยการนำเสนอสินค้าใหม่ๆ (New Product Development : Innovation/Modified product) ให้แก่ นักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยว เน้นการเสนอขายแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ รวมทั้งการเข้าร่วมงานและ/หรือจัด กิจกรรมส่งเสริมการขายต่างๆ

5. สร้างศูนย์กลางการเดินทางท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน (AEC)

แนวทางการดำเนินงาน:

สร้างการรับรู้ประเทศไทยในฐานะศูนย์กลางการเดินทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงภายในภูมิภาคอาเซียน โดยเป็นจุดนำเข้า (Entry) และส่งออก (Exit) นักท่องเที่ยวที่สำคัญในภูมิภาคอาเซียน และส่งเสริมการขาย โดยร่วมกับเครือข่ายภาคีในภูมิภาค รวมทั้งส่งเสริมเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงกระตุ้นการเดินทางของกลุ่มเพื่อนบ้านให้เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย โดยเน้น การใช้กลยุทธ์ WIN-WIN Marketing กับคู่ค้าในภูมิภาค เน้นการแลกเปลี่ยนทรัพยากรที่แตกต่าง เน้นสร้างสมดุลทางการค้าด้านการท่องเที่ยวให้กับภูมิภาค ด้วยการลงนามในสนธิสัญญาต่างๆ

การส่งเสริมตลาดในประเทศ

1. กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มกระแสหลัก

แนวทางการดำเนินงาน:

กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มกระแสหลัก (Mainstream) ที่มีขนาดใหญ่ 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มครอบครัว กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มวัยทำงาน และกลุ่มนักเรียนนักศึกษาออกเดินทางท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น ด้วยการโฆษณา ประชาสัมพันธ์สร้างกระแสผ่านสื่อทุกช่องทางอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะสื่อและเครือข่ายชุมชนออนไลน์ (Social Media และ Social Network Community) ให้เกิดการบอกต่อกันอย่างทั่วถึง เสริมด้วยการใช้เทศกาลงานประเพณี (Festivities) สร้างความน่าสนใจดึงดูดคนไทยให้เดินทางไปทั่วทุกภาคของประเทศ พร้อมทั้งจัดงานเทศกาลท่องเที่ยวระดับชาติ เปิดเวทีนำเสนอแนวคิดใหม่ทางการท่องเที่ยวและเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวได้เสนอขายสินค้าและบริการที่ให้สิทธิพิเศษ โดยตรงกับนักท่องเที่ยว เพื่อจูงใจและเร่งการตัดสินใจเดินทางของกลุ่มเป้าหมาย

2. ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มความสนใจพิเศษและกลุ่มเฉพาะ

แนวทางการดำเนินงาน:

ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มคนไทยที่ออกเดินทางตามรสนิยมและไลฟ์สไตล์ของตน ใน 3 กลุ่มหลัก คือ กลุ่ม Green Tourism กลุ่มท่องเที่ยวเชิงศาสนา และกลุ่ม Corporate โดยร่วมกับผู้ประกอบการท่องเที่ยวนำเสนอ สินค้าและบริการที่สอดคล้องกับความสนใจและพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม พร้อมทั้งสร้างสรรค์สินค้าและบริการ การส่งเสริมตลาดในประเทศ ใหม่ๆ เพื่อรองรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวตามคุณค่าและความสนใจพิเศษของตนเอง โดยนำเสนอสินค้า ที่มีอยู่เดิมมาออกแบบเพิ่มเติมและสร้างสรรค์สินค้าใหม่ให้สอดคล้องกับความชอบและพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้ง นำเสนอให้พันธมิตรทุกกลุ่มได้มีโอกาสทดสอบสินค้าและบริการนั้น เพื่อผลักดันให้เกิดการนำสินค้าและบริการที่มีความพร้อมออกเสนอขายต่อกลุ่มเป้าหมายต่อไป

3. สร้างสมดุลเชิงพื้นที่

แนวทางการดำเนินงาน:

ส่งเสริมการกระจายตัวของการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยจากพื้นที่จังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวหนาแน่นไปสู่พื้นที่ จังหวัดอื่นๆ ที่ยังมีนักท่องเที่ยวค่อนข้างเบาบาง โดยประสานความร่วมมือกับพันธมิตรในพื้นที่ จัด Road show และ Consumer Fair ในภาคต่างๆ เพื่อชักจูงให้นักท่องเที่ยวคนไทยเดินทางแลกเปลี่ยนข้ามจังหวัด กลุ่มจังหวัด และข้ามภูมิภาคให้มากยิ่งขึ้น รวมทั้งใช้กระแสการเปิดเสรี

AEC ในปี 2558 ชักชวนให้คนไทยออกเดินทางท่องเที่ยวทางบก โดยแวะท่องเที่ยวในจังหวัดต่างๆ ตามเส้นทางที่เชื่อมโยงต่อไปยังประเทศเพื่อนบ้าน โดยเฉพาะจังหวัดขนาดเล็กและจังหวัดชายแดนในภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคตะวันตกและภาคตะวันออก ผนวกกับส่งเสริมการจัดกิจกรรมและ งานประเพณีในภาคต่างๆ เพื่อเสริมตำแหน่งทางการตลาดของกลุ่มจังหวัด และสร้างอัตลักษณ์ของภูมิภาค ทำให้เกิดนักท่องเที่ยวรู้สึกความแตกต่างของบรรยากาศในการเดินทางท่องเที่ยว และสามารถเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยได้หลาย ครั้งหลายหนในหนึ่งปีมีแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ให้เดินทางไปค้นหามากขึ้น

4. ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวช่วงนอกฤดูกาล

แนวทางการดำเนินงาน:

กระตุ้นให้คนไทยออกเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันธรรมดา โดยจัดงาน Consumer Fair เปิดเวทีให้ผู้ประกอบการ ได้เสนอขายสินค้าและบริการท่องเที่ยวในราคาพิเศษให้กับกลุ่มเป้าหมายโดยตรงเพื่อเร่งการตัดสินใจซื้อ การร่วมมือ กับผู้ประกอบการที่พัก สายการบิน ในให้สิทธิพิเศษต่างๆ แก่นักท่องเที่ยวในวันธรรมดา พร้อมทั้งโฆษณาและประชาสัมพันธ์ เน้นย้ำถึงข้อดีที่นักท่องเที่ยวจะได้รับจากการเดินทางท่องเที่ยวในวันธรรมดา อาทิ ความสะดวกสบาย ความเงียบสงบ ความคุ้มค่าเงิน ฯลฯ

หน่วยงานที่นำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ

การประชุมคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 12 พฤศจิกายน 2557 ณ ตึกสันติไมตรี (หลังใน) ทำเนียบรัฐบาล พลเอกประวิตร วงษ์สุวรรณ รองนายกรัฐมนตรี เป็นประธานการประชุมคณะรัฐมนตรี มีมติที่นำเสนอใจ ดังนี้ แนวทางการดำเนินงานปีท่องเที่ยววิถีไทย2558 และขออนุมัติให้ปี 2558 เป็นปีท่องเที่ยววิถีไทยและเป็นวาระแห่งชาติ

คณะรัฐมนตรีมีมติอนุมัติและเห็นชอบตามที่กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเสนอ ดังนี้

1. อนุมัติให้ปี 2558 เป็นปีท่องเที่ยววิถีไทยและเป็นวาระแห่งชาติ
2. เห็นชอบในหลักการตั้งคณะกรรมการอำนวยการปีท่องเที่ยววิถีไทย 2558 และคณะกรรมการดำเนินงานในระดับปฏิบัติการ 4 คณะ เพื่อเป็นกลไกในการดำเนินการขับเคลื่อนปีท่องเที่ยววิถีไทย 2558

การขับเคลื่อนนโยบายการท่องเที่ยววิถีไทย

คณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบตามที่กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (กก.) เสนอ ดังนี้

1. เห็นชอบในหลักการ (ร่าง) ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560 และแผนปฏิบัติการเพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ พ.ศ. 2558-2559

2. ให้คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติดูแลกำกับการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการเพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ พ.ศ. 2558-2559 ให้บรรลุเป้าหมายตามที่กำหนดไว้

3. สนับสนุน ท่องเที่ยววิถีไทย เป็นวาระแห่งชาติไปจนถึงสิ้นปี พ.ศ. 2559

4. สนับสนุนนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยว 12 เมืองต้องห้าม...พลาด (ประกอบด้วย จังหวัดน่าน ลำปาง เพชรบูรณ์ เลย บุรีรัมย์ ราชบุรี จันทบุรี ตราด ชุมพร ตรัง นครศรีธรรมราช และสมุทรสงคราม ไปจนถึงสิ้นปี พ.ศ. 2559) เพื่อสนับสนุนนโยบายการกระจายรายได้ของรัฐบาล

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้แถลงข่าวในวันที่ 20 เมษายน 2558 ถึงภาพรวมรอบ 6 เดือน (ตุลาคม 2557 – มีนาคม 2558) ว่าการดำเนินโครงการต่าง ๆ ของกระทรวงฯ ถือว่าการทำงานดำเนินไปได้ด้วยดี ทั้งการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทย ภายใต้แคมเปญ ปีท่องเที่ยววิถีไทย 2558 และการส่งเสริมเมืองท่องเที่ยววิถีไทย 12 จังหวัด เมืองที่ต้องห้ามพลาด ซึ่งถือว่าได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ อย่างไรก็ตาม จากการฟื้นตัวด้านการท่องเที่ยวในหลายพื้นที่ มั่นใจว่าปีนี้จะสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวตามเป้าหมายที่วางไว้ 2.2 ล้านล้านบาท และเชื่อว่าจำนวนนักท่องเที่ยวจะบรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้ 28.8 ล้านคนด้วยเช่นกัน ส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในไตรมาสที่ 1 ปี 2558 เพิ่มขึ้นร้อยละ 23.24 ขณะที่รายได้จากการท่องเที่ยวก็เพิ่มขึ้นร้อยละ 25.8 (ที่มา: <http://www.jr-rsu.net>)

ประเทศไทยมีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ประเพณีวัฒนธรรมที่โดดเด่นมีชื่อเสียงระดับโลก จึงทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางเข้ามากันอย่างมากมาย ซึ่งการท่องเที่ยวแบบวิถีไทยกำลังเป็นที่นิยม โดยคณะรัฐมนตรี (ครม.) ได้ เห็นชอบในหลักการตั้งคณะกรรมการอำนวยการปีท่องเที่ยววิถีไทย 2558 เนื่องจากจะช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมเพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้ประเทศไทย โดยจะมีจังหวัดที่เข้าร่วมโครงการทั้งสิ้น 12 จังหวัด บวกกับ 10 เมืองใหญ่ที่เป็นเมืองท่องเที่ยวหลัก เช่น หาดใหญ่ พัทยา ภูเก็ต สำหรับ 12 จังหวัดในโครงการเมืองห้าม..พลาด มีดังนี้

จังหวัดลำปาง หรือเมืองรถม้าเป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวมากมาย ให้นักท่องเที่ยวได้มาศึกษาหาความรู้ และมา พักผ่อนหย่อนใจ ในส่วนของแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ เช่น อุทยานแห่งชาติแจ้ซ้อน อุทยานแห่งชาติดอยขุนตาล ที่ยังคงมีความอุดมสมบูรณ์ ในส่วนของแหล่งท่องเที่ยวทางด้านโบราณสถาน และโบราณวัตถุจังหวัดลำปาง เช่น วัดพระธาตุ ลำปางหลวง และวัดที่มีการผสมผสานของศิลปะแบบล้านนา กับสถาปัตยกรรม ของพม่า

จังหวัดเพชรบูรณ์ นอกจากจะเป็นเมืองที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น เขาค้อ อุทยานแห่งชาติน้ำหนาว ยังเป็นเมืองที่มีวัฒนธรรมวิถีชีวิตของผู้คนที่น่าสนใจ เช่น วิถีชาวไทหล่ม นักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้ถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ทั้งด้านการอาหารการกิน ประเพณีความเชื่อ ด้านศาสนา

จังหวัดน่าน แม้ว่าจะเป็นจังหวัดเล็กๆทางภาคเหนือแต่รับรองว่าแหล่งท่องเที่ยวที่มีความน่าสนใจไม่แพ้จังหวัดอื่น แหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจของจังหวัดน่าน เพราะน่านเป็นเมืองเก่ามีประวัติความเป็นมาที่น่าสนใจ มีวัฒนธรรมที่โดดเด่น ถึงแม้จะเป็นเมืองเล็กๆ แต่มีสิ่งที่น่าสนใจมากมาย อาทิ เช่น ภาพกระซิบรักบันลือโลก อมตะแห่งภาพจิตรกรรมปูม่านยาม่าน ประดับบนผืนผนังทำทากาลเวลา วัดภูมินทร์ หนึ่งเดียวในเมืองไทยกับพระวิหาร พระอุโบสถ และเจดีย์ทรงจตุรมุขที่เห็นได้กลางลำตัวนาคร์ วัดมงคล ความรักจะยืนยงด้วยการนั่งลงถวายเทียนคู่แด่องค์พระประธาน วัดพระธาตุแช่แห้ง ไม่เพียงเป็นพระธาตุคู่บ้านคู่เมืองน่านเท่านั้น หากยังเป็นพระธาตุประจำชีวิตของคนเกิดปีเถาะ เป็นต้น

จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นแหล่งอารยธรรมขอมโบราณ บุรีรัมย์ยังได้รับสมญานามว่าดินแดนปราสาทหิน อันมากมายไปด้วยมรดกทางวัฒนธรรม โดยมีงานศิลปหัตถกรรมลือเลื่องคือผ้าไหมและผ้ามัดหมี่นาโพธิ์ ไปบุรีรัมย์ทั้งที่ต้องไปเยือนปราสาทหิน โดยเฉพาะปราสาทหินพนมรุ้ง ในวันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 5 ของทุกปีจะเกิดปรากฏการณ์มหัศจรรย์ คือแสงอาทิตย์จะทำมุมลอดทะลุประตูทั้ง 15 บานของปราสาทได้อย่างพอดี

จังหวัดเลย อีกจังหวัดหนึ่งทางภาคอีสานที่มีความน่าสนใจด้านการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เพราะนอกจากอุทยานแห่งชาติภูกระดึงที่โด่งดังแล้ว อำเภอเชียงคาน แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม

จังหวัดสมุทรสงคราม สมัยนี้ผู้คนเริ่มหันเหความสนใจค้นหาความเรียบง่ายซึ่งแน่นอนว่าต้องออกไปต่างจังหวัดที่ไม่ใช่ในเมืองอย่างกรุงเทพมหานคร ฉะนั้นแหล่งท่องเที่ยวที่ใกล้กรุงและตอบโจทย์นักเดินทางในเรื่องความสงบนั้นก็คือ จังหวัดสมุทรสงคราม

จังหวัดราชบุรี ถ้าเอ่ยถึงราชบุรีหลายคนต้องนึกถึงตลาดน้ำดำเนินสะดวกที่มีชื่อเสียงโด่งดังเป็นตลาดน้ำอันดับต้นๆของเมืองไทยที่นักท่องเที่ยวนิยมแวะเวียนไปเที่ยวอย่างไม่ขาดสาย นอกจากนั้นราชบุรียังมีธรรมชาติที่สวยงาม อาทิอำเภอสวนผึ้ง บ้านหอมเทียน และแหล่งเรียนรู้ต่างๆอีกมากมาย

จังหวัดตราด จังหวัดทางภาคตะวันออกที่มีความสวยงาม มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าไปสัมผัสด้วยตัวเอง เช่น อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง ชุมชนสลักคอก สัมผัสวิถีประมงอันเจียบสงบ ล่องเรือมาดชมป่าโกงกาง

จังหวัดจันทบุรี มีสวนผลไม้มากมายให้นักท่องเที่ยวได้เลือก และสามารถเลือกรับประทานได้ในสวนแบบบุฟเฟต์อีกด้วย และถ้าหากอยากไปชื่นชมธรรมชาติก็จะมีน้ำตกพลิ้ว น้ำตกที่สวยงามอีกแห่งหนึ่งของจังหวัดจันทบุรี

จังหวัดตรัง จังหวัดทางใต้ที่มีความสงบเรียบง่าย ถ้าหากมาที่นี่ต้องไปรับประทานอาหารอร่อยที่มีให้เลือกมากมาย เพราะทุกตรอกซอกซอยที่นี่มีร้านอาหารกว่า 100 ร้าน กับเมนูอาหารเข้าชาวตรัง ด้วย โกโก้ แซลชั่น จาไก่ยี่ ต้มซำ ซาลาเปา และหมูย่างเมืองตรังที่ขึ้นชื่อ

จังหวัดชุมพร ชุมพรมีแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลมากมาย อาทิเช่น หาดทุ่งธง หาดทรายรี หาดอรุณทัย เป็นต้น

จังหวัดนครศรีธรรมราช จังหวัดนี้มีสถานที่ที่สวยงามมากมาย อาทิเช่นหมู่บ้านคีรีวง หมู่บ้านที่ยังคงดำเนินชีวิตไปตามธรรมชาติ และมีสภาพแวดล้อมที่แอบอิงกับธรรมชาติอย่างลึกซึ้ง (ที่มา: <http://www.aecnews.co.th>)

กล่าวโดยสรุป

นโยบายกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬาในปี 2558 ได้วางแผนสร้างยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยวไทย เพื่อเพิ่มรายได้ให้ประเทศ กระจายรายได้สู่ท้องถิ่น ส่งผลให้คุณภาพชีวิตของคนไทยพัฒนาขึ้น โดยกลุ่มเป้าหมายที่เล็งไว้ เป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพจากกลุ่มประเทศพัฒนาแล้ว กลุ่มประเทศเศรษฐกิจใหม่ และกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน รวมถึงนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะด้าน เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ , กลุ่มดูแลสุขภาพ , กลุ่ม MICE , กลุ่มครอบครัว , กลุ่มคนรุ่นใหม่ และกลุ่ม Niche Market โดยจะมีจังหวัดที่เข้าร่วมโครงการทั้งสิ้น 12 จังหวัด บวกกับ 10 เมืองใหญ่ที่เป็นเมืองท่องเที่ยวหลัก เช่น หาดใหญ่ พัทยา ภูเก็ต

2.4 เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานสมุทรสงคราม

-ในสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานสมุทรสงคราม มีเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงาน 9 คน

2.5 มติคณะรัฐมนตรี

คณะรัฐมนตรีมีมติ ดังนี้

1 อนุมัติให้ปี 2558 เป็นปีท่องเที่ยววิถีไทย (2015 Discover Thainess) และเป็นวาระแห่งชาติ ตามที่กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเสนอ และให้ความเห็นของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์และสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติที่เห็นควรส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อสร้างอาชีพ สร้างงาน และสร้างรายได้ โดยเน้นการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน และพิจารณาแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการส่งเสริมตลาด โดยปรับใช้แนวคิดการท่องเที่ยววิถีไทยให้สอดคล้องกับแนวโน้มและสถานการณ์ท่องเที่ยวในปัจจุบัน เน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวเฉพาะที่มีอัตราการเติบโตเพิ่มสูงขึ้น เช่น กลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ให้คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ (ท.ท.ช.) เป็นกลไกหลักใน

การขับเคลื่อนการดำเนินโครงการร่วมกับคณะกรรมการอำนวยการปีท่องเที่ยววิถีไทย 2558 และ คณะกรรมการดำเนินงานในระดับปฏิบัติ 4 คณะ เพื่อบูรณาการร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้การ ดำเนินงานสอดคล้องตามนโยบายและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน รวมทั้งพิจารณาแนวทางการส่งเสริม การท่องเที่ยว โดยการสร้างสรรค์กิจกรรมใหม่ ๆ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและเพิ่มรายได้ให้การท่องเที่ยว โดยกำหนดแนวทางการส่งเสริมอื่นควบคู่กันไปกับแนวทางการส่งเสริมตลาดทั้งในและต่างประเทศ เช่น มาตรการทางภาษี มาตรการเกี่ยวกับค่าธรรมเนียมการตรวจลงตรา เพื่อสร้างแรงจูงใจในการ ตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศไทย ไปพิจารณาดำเนินการต่อไปด้วย

2 รับทราบเรื่องการแต่งตั้งคณะกรรมการอำนวยการปีท่องเที่ยววิถีไทย 2558 และ คณะกรรมการดำเนินงานในระดับปฏิบัติ 4 คณะ ได้แก่ คณะกรรมการดำเนินงานด้านการส่งเสริม สินค้าและบริการปีท่องเที่ยววิถีไทย 2558 คณะกรรมการดำเนินงานด้านส่งเสริมตลาดต่างประเทศปี ท่องเที่ยววิถีไทย 2558 คณะกรรมการดำเนินงานด้านส่งเสริมตลาดในประเทศปีท่องเที่ยววิถีไทย 2558 และคณะกรรมการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ปีท่องเที่ยววิถีไทย 2558 เพื่อเป็นกลไกในการ ดำเนินการขับเคลื่อนปีท่องเที่ยววิถีไทย 2558 ทั้งนี้ ให้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาไปพิจารณา เกี่ยวกับการแต่งตั้งคณะกรรมการดังกล่าวให้ถูกต้องตามขั้นตอนของกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง ต่อไปด้วย(ที่มา: <http://www.cabinet.soc.go.th>)

สาระสำคัญของเรื่อง

1. ในการประชุมคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติครั้งที่ 1/2557 เมื่อวันที่ 25 กรกฎาคม 2557 ซึ่งมีพลเรือเอก ณรงค์พิพัฒนาศัย รองหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติและ หัวหน้า ฝ่ายสังคมจิตวิทยาเป็นประธาน ได้เห็นชอบให้นำเสนอปี 2558 เป็นปีท่องเที่ยววิถีไทย

2. ปีท่องเที่ยววิถีไทย 2558 กำหนดเริ่มต้นในเดือน มกราคม 2558 และสิ้นสุดในเดือน ธันวาคม 2558 โดยมีวัตถุประสงค์การดำเนินการ ดังนี้

2.1 เพื่อนำเสนอภาพลักษณ์ประเทศไทยในมุมมองใหม่ เน้นคุณค่าที่นักท่องเที่ยวจะได้รับจากการมา เที่ยวเมืองไทยผ่านวิถีไทย เพื่อให้เกิดความเข้าใจ ยอมรับความเป็นคนไทย ตลอดจน ให้ เกิดการแบ่งปันประสบการณ์อย่างต่อเนื่อง

2.2 เพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดความร่วมมือในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว อย่างเป็นรูปธรรม

2.3 เพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือทางเศรษฐกิจในการนำรายได้เข้าประเทศ ก่อให้เกิดเงินตราหมุนเวียนและสามารถก้าวสู่การแข่งขันหลังเปิดประชาคมอาเซียนอย่างสมบูรณ์ในปี 2558

2.4 เพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาสังคม ให้คนไทยเกิดการเรียนรู้ เข้าใจ และภูมิใจในความเป็นไทย

3. การนำเสนอปีท่องเที่ยววิถีไทยมีแนวคิดเพื่อพลิกมิติการนำเสนอประเทศไทย จากการนำเสนอสินค้าและบริการ (Product Approach) เป็นการนำเสนอคุณค่า (Value) ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับจาก การท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยกำหนดคุณค่าของปีท่องเที่ยววิถีไทยที่ต้องการนำเสนอ คือ Amazing Happiness หรือ ความสุขในวิถีแบบไทย เป็นความสุขอันเกิดจากการผสมผสานของความ ต่างที่ลงตัวและ กำหนดสินค้าที่สอดคล้องกับ Value และเพื่อให้มีการบูรณาการการทำงานร่วมกัน ระหว่างหน่วยงานในการ เผยแพร่พัฒนาและปรับปรุงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวให้สอดคล้อง กับคุณค่าที่นำเสนอต่อนักท่องเที่ยว

4. แนวคิดการดำเนินงาน

4.1 กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย ประกอบด้วย นักท่องเที่ยวต่างประเทศ 37 ตลาด หลัก ทั้ง กลุ่ม First Visit กลุ่ม Revisit กลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง (Luxury) จากตลาดเอเชียและโอเชียเนีย ตลาด ยุโรป ตลาดอเมริกา ตลาดตะวันออกกลาง และตลาดแอฟริกา รวมทั้งตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มความสนใจ พิเศษ ได้แก่ กลุ่ม Wedding & Honeymoon กลุ่ม Golf กลุ่ม Ecotourism กลุ่ม Health & Wellness และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยทั่วไป ได้แก่ กลุ่มเยาวชน กลุ่มวัยทำงาน กลุ่มผู้สูงอายุกลุ่มครอบครัว กลุ่ม บริษัทและโรงงาน และกลุ่มคนไทยที่มีความสนใจเฉพาะ เช่น กลุ่มศาสนา กลุ่มท่องเที่ยวอนุรักษ์ และผจญภัย เป็นต้น

4.2 รูปแบบการดำเนินงาน แบ่งเป็น 4 ด้าน ดังนี้

1. ด้านสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว
2. ด้านการประชาสัมพันธ์
3. ด้านส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวต่างประเทศ
4. ด้านการส่งเสริม ตลาดนักท่องเที่ยวในประเทศ
5. กลไกการดำเนินงาน

5.1 จัดตั้งคณะกรรมการอำนวยการปีท่องเที่ยววิถีไทย 2558 โดยมี นายกรัฐมนตรีในฐานะประธานคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติเป็นประธาน ทำหน้าที่ กำหนดทิศทางการ ดำเนินงาน กำกับดูแลให้เกิดการบูรณาการกิจกรรมระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ให้ สอดคล้องกันอย่างเป็นระบบ ตลอดจนกำกับดูแลความสำเร็จของโครงการตามตัวชี้วัดที่กำหนด

5.2 จัดตั้งคณะกรรมการดำเนินงานในระดับปฏิบัติการ 4 คณะ ดังนี้

5.2.1 คณะกรรมการดำเนินงานด้านการส่งเสริมสินค้าและบริการปี ท่องเที่ยววิถี ไทย 2558 ทำหน้าที่กำหนดสินค้าด้านการท่องเที่ยว ประสานงานรวบรวมสินค้าและ

บริการจากหน่วยงานต่าง ๆ มาจัดเป็นสินค้าที่สามารถนำเสนอแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างสอดคล้องกัน ตลอดทั้งปีประสานงานให้เกิดการ พัฒนาสินค้าและบริการ ส่งเสริมการเป็นเจ้าบ้านที่ดีตลอดจน ประสานงานให้เกิดการปรับปรุงพัฒนาการ บริการสิ่งอำนวยความสะดวกและดูแลความปลอดภัย ให้แก่นักท่องเที่ยว

5.2.2 คณะกรรมการดำเนินงานด้านส่งเสริมตลาดต่างประเทศปีท่องเที่ยววิถีไทย 2558 ทำหน้าที่ส่งเสริมการตลาดเพื่อให้เกิดการขายสินค้าและบริการที่ได้รับคัดเลือกมาเป็นสินค้าภายใต้ ปีท่องเที่ยววิถีไทยและกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวต่างประเทศเดินทางมายังประเทศไทยมากขึ้น

5.2.3 คณะกรรมการดำเนินงานด้านส่งเสริมตลาดในประเทศปีท่องเที่ยววิถีไทย 2558 ทำหน้าที่ส่งเสริมการตลาดเพื่อให้เกิดการขายสินค้าและบริการที่ได้รับคัดเลือกมาเป็นสินค้าภายใต้ปี ท่องเที่ยววิถีไทยและกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศที่พำนักในประเทศไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเพิ่มขึ้น

5.2.4 คณะกรรมการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ปีท่องเที่ยววิถีไทย 2558 ทำหน้าที่เผยแพร่ประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ปีท่องเที่ยววิถีไทยและกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อให้มี นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศที่พำนักในประเทศไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเพิ่มขึ้น

กล่าวโดยสรุป

นโยบายนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอภาพลักษณ์ประเทศไทยในมุมมองใหม่ เน้นคุณค่าที่นักท่องเที่ยวจะได้รับจากการมาเที่ยวเมืองไทยผ่านวิถีไทย เพื่อให้เกิดความเข้าใจ ยอมรับความเป็นคนไทย ตลอดจนให้เกิดการแบ่งปันประสบการณ์อย่างต่อเนื่อง และเป็นการกระตุ้นให้เกิดความร่วมมือในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม ให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือทางเศรษฐกิจในการนำรายได้เข้าประเทศ ก่อให้เกิดเงินตราหมุนเวียนและสามารถก้าวสู่การแข่งขันหลังเปิดประชาคมอาเซียนอย่างสมบูรณ์ในปี 2558 ให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาสังคม ให้คนไทยเกิดการเรียนรู้ เข้าใจ และภูมิใจในความเป็นไทย

2.6 ข้อมูลพื้นฐานตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

ประวัติศาสตร์อัมพวา

อำเภอ อัมพวา มีความสำคัญและเกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ไทย สมัยกรุงศรีอยุธยาถึงต้นกรุงรัตนโกสินทร์ สมัยก่อนเรียกว่า "แขวงบางช้าง" เป็นชุมชนเล็กๆที่มีความเจริญทั้งในด้านการเกษตรและการพาณิชย์ มีหลักฐานเชื่อได้ว่า ในสมัยสมเด็จพระเจ้าปราสาททองนั้น แขวงบางช้างมี

ตลาดค้าขายเรียกว่า "ตลาดบางช้าง" นายตลาดเป็นหญิงชื่อน้อย มีบรรดาศักดิ์เป็นท้าวแก้วผลึก นายตลาดผู้นี้อยู่ในตระกูลเศรษฐีบางช้าง ซึ่งต่อมาเป็นราชินิกุล "ณ บางช้าง"

ปีพ.ศ. 2303 ในสมัยกรุงศรีอยุธยาตอนปลาย รัชสมัยสมเด็จพระเจ้าเอกทัศได้โปรดให้นายทองด้วง (พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช) เป็นหลวงยกกระบัตรเมืองราชบุรี ซึ่งเป็นเมืองจัตวาขึ้นตรงต่อกรุงศรีอยุธยา ภายหลังหลวงยกกระบัตรได้แต่งงานกับคุณนาค (สมเด็จพระอมรินทราบรมราชินี) บุตรีเศรษฐีบางช้าง และย้ายบ้านไปอยู่หลังวัดจุฬามณี ต่อมาเมื่อไฟไหม้บ้านจึงได้ย้ายไปอยู่ที่หลังวัดอัมพวันเจติยารามอีก 3 ปี ปีพ.ศ. 2310 พม่าตีกรุงศรีอยุธยาแตก หลวงยกกระบัตรจึงตัดสินใจอพยพครอบครัวเข้าไปอยู่ในป่าลึก ในระหว่างนี้ ทานแก้ว (สมเด็จพระกรมพระศรีสudarักษ์) พี่สาวของหลวงยกกระบัตร ได้คลอดบุตรหญิงคนหนึ่งชื่อว่า "บุญรอด" (ต่อมาได้เป็นสมเด็จพระศรีสุริเยนทราบรมราชินี ในรัชกาลที่ 2)

ในช่วงสมัยกรุงธนบุรี พระยาวชิรปราการ ได้รวบรวมกำลังขับไล่พม่าออกไปหมด และสถาปนาตนขึ้นเป็นสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช หลวงยกกระบัตรได้อพยพครอบครัวกลับภูมิลำเนาเดิม ในช่วงนี้เอง คุณนาค ภรรยา ก็ได้คลอดบุตรคนที่ 4 เป็นชายชื่อ "ฉิม" (พระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย) หลังจากนั้น หลวงยกกระบัตร ก็ได้กลับเข้ารับราชการอยู่กับสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช ได้รับพระราชทานบรรดาศักดิ์เป็นพระราชวรินทร์ เจ้ากรมพระตำรวจนอกขวา และได้ดำรงตำแหน่งจนเป็น สมเด็จพระยามหากษัตริย์ศึก และปราบดาภิเษกขึ้นเป็น "พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช" ต้นราชวงศ์จักรี จากนั้นจึงเริ่มเข้าสู่สมัยกรุงรัตนโกสินทร์ คุณนาค ได้รับสถาปนาขึ้นเป็น สมเด็จพระอมรินทราบรมราชินี คุณฉิม มารดาคุณนาค ได้รับการสถาปนาขึ้นเป็นสมเด็จพระรูปศิริโสภาคมหานาคนาารี

แต่เนื่องจากสมเด็จพระอมรินทราบรมราชินี ทรงเป็นคนพื้นบ้านบางช้างมาก่อน จึงมีพระประยูรญาติต่างๆ ประกอบอาชีพทำสวนอยู่ที่บางช้าง เมื่อได้รับสถาปนาเป็นสมเด็จพระอมรินทราบรมราชินี จึงนับเป็นราชินิกุล "บางช้าง" พระประยูรญาติจึงเกี่ยวดองเป็นวงศ์บางช้างด้วย และสมเด็จพระอมรินทราบรมราชินีมักเสด็จมาเยี่ยมพระประยูรญาติเสมอ จึงมีคำกล่าวเรียกว่า "สวนนอก" หมายถึง สวนบ้านนอก ที่เป็นของวงศ์ราชินิกุลบางช้าง สวนบางกอก ซึ่งเป็นส่วนของเจ้านายในราชวงศ์ ก็เรียกว่า "สวนใน" มีคำกล่าวที่ว่า "บางช้างสวนนอก บางกอกสวนใน" จนถึงสมัยรัชกาลที่ 4 จึงยกเลิกไป อำเภออัมพวาจึงเป็นเมืองที่มีความสำคัญ เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ไทยมายาวนาน

ประวัติความเป็นมาของอัมพวา

บริเวณพื้นที่ตำบล อัมพวา เดิมเรียกว่า แขวงบางช้าง ไม่ปรากฏหลักฐานแน่ชัดว่าจัดตั้งขึ้นเมื่อใด บริเวณแขวงบางช้างนี้ถูกเรียกว่า "สวนนอก" มีลักษณะเป็นชุมชนเล็ก ๆ แต่มีความเจริญทั้งในการเกษตรกรรมและการพาณิชย์กรรม เพราะในสมัยพระเจ้าปราสาททอง แห่งกรุงศรีอยุธยา แขวงบาง

ช้างมีตลาดแห่งหนึ่งเรียกว่า “ ตลาดบางช้าง” มีนายตลาด บางช้าง เป็นผู้เก็บภาษีอากรขนาดตลาด นายตลาดผู้นี้เป็นผู้หญิงชื่อน้อย มีบรรดาศักดิ์เป็นท้าวแก้วผลึก เป็นคนในตระกูลเศรษฐีในแขวงบางช้าง ซึ่งต่อมาเป็นต้นวงศ์ราชินิกุลบางช้าง ในสมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย รัชกาลที่ 2 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ ในปี พ.ศ.2481 ได้รวมท้องที่ตำบลอัมพวาและตำบลบางกะพ้อมเข้าด้วยกันเป็นตำบลอัมพวา คลองวัดนาง วัง คลองวัดบางกะพ้อม คลองบางจาก ได้รับอิทธิพลจากน้ำทะเลหนุน น้ำไหลขึ้นลงตลอดปี พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นสวนผลไม้ ได้แก่ สวนลิ้นจี่ สวนส้มโอ สวนมะพร้าว สวนมะม่วง ฯลฯ อาณาเขตตำบล : ทิศเหนือ จรดกับตำบลบางช้าง อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ทิศใต้ จรดกับแม่น้ำแม่กลอง อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ทิศตะวันออก จรดกับตำบลบ้านปรก อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม ทิศตะวันตก จรดกับแม่น้ำแม่กลอง อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

วิถีชีวิตคนอัมพวา

ชุมชนอัมพวาหรือเทศบาลตำบลอัมพวา เป็นชุมชนเล็กๆ ประชากรประมาณ 5,000 คน ตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำ แม่กลองบริเวณสองฝั่งคลองอัมพวา แถบบริเวณตอนกลางของอำเภออัมพวาจังหวัดสมุทรสงคราม มีเนื้อที่รวมกันประมาณ 2.5 ตารางกิโลเมตร ชุมชนอัมพวาอยู่ห่างจากกรุงเทพมหานครประมาณ 71 กิโลเมตร และมีการคมนาคมที่สะดวกไปได้หลายรูปแบบ ปัจจุบันวิถีชีวิตของชุมชนอัมพวาในอดีตยังปรากฏให้เห็นและสัมผัสได้ในปัจจุบัน เพราะชุมชน แห่งนี้พยายามปกป้องรักษาให้คงสภาพเหมือนเดิมไว้ให้ได้มากที่สุด ภาพบ้านเรือนไม้ขนานไปตามริม สองฝั่งคลองควบคู่ไปกับการค้าขายและการใช้ชีวิตอย่างเรียบง่ายพร้อมๆ กับการรักษาวัฒนธรรม รวมถึง ศิลปะต่างๆ ในชุมชนมีปรากฏให้เห็นเด่นชัด โดยเฉพาะช่วงเย็นของวันศุกร์ เสาร์และอาทิตย์จะมีนักท่องเที่ยวจากที่ต่างๆ ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมาเยี่ยมชมมากมาย มีกิจการให้เช่าเรือพายใน ลำคลอง เพื่อชมบ้านเรือนตลอดริมคลอง การเช่าเรือเครื่อง (หางยาว) รับส่งนักท่องเที่ยวเพื่อชมและสัมผัสบรรยากาศสองริมฝั่งคลองแหล่งท่องเที่ยวและวัดต่างๆ หรือนั่งเรือชมหิ่งห้อยในช่วงค่ำบ้านริมคลอง บางรายเปิดให้นักท่องเที่ยวพักค้างคืนทำให้เกิดธุรกิจ Home Stay ขึ้น มีร้านค้า ต่างๆ นำอาหารพื้นบ้าน อาหารทะเล และพืชผลเกษตรในอัมพวาหรือสมุทรสงครามและอาหารแปรรูปมาจำหน่าย ตลอดจนอาหารไทย และขนมไทย อาหารและขนมเหล่านี้จะอนุรักษ์ธรรมชาติโดยใส่ภาชนะใบตอง สามารถเพิ่มรายได้ให้กับชุมชน

ชุมชนอัมพวาสามารถแบ่งแยกได้ 2 ลักษณะคือ ชุมชนชาวสวน และชุมชนริมคลองอัมพวา กล่าวคือ ชุมชนชาวสวนเป็นชุมชนที่มีการตั้งถิ่นฐานกระจายตัวอยู่ทั่วไปในบริเวณห่างออกไปจากปากคลองอัมพวา ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพในการทำสวนผลไม้ เพราะมีโครงข่ายของคลองต่างๆ และระบบสวนที่ออกแบบไว้อย่างดีในลักษณะของชนิดสวนตามประวัติศาสตร์คาดว่าชุมชนชาวสวนนี้เป็นชุมชน

เริ่มแรกและมีความสัมพันธ์กับการสร้างวัดในชุมชนอัมพวาด้วย ส่วนชุมชนริมคลองอัมพวาเป็นกลุ่มชุมชนที่เกิดขึ้นมาพร้อมกับตลาดน้ำคลองอัมพวา โดยประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพด้านค้าขายเป็นหลัก ปัจจุบันร้านค้าต่างๆส่วนใหญ่ได้แปรสภาพมาเป็นบ้านพักอาศัย เป็นชุมชนที่มีเอกลักษณ์สะท้อนให้เห็น ถึงการตั้งถิ่นฐานของชุมชนริมน้ำดั้งเดิมในภาคกลางของประเทศไทยในอดีต

ชุมชนอัมพวาเป็นเพียงชุมชนเล็กๆ มีวัดและศาสนสถาน 7 แห่ง มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญหลายแห่ง เช่น อุทยานพระบรมราชานุสรณ์ พระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย (อุทยาน ร.2) โครงการอัมพวาช่วยพัฒนานุรักษ์ของมูลนิธิชัยพัฒนา บ้านพักนายอำเภอครวเสด็จประพาสต้น รศ. 123 ศูนย์เบญจรงค์ร่วมสมัยชุมชนวัดอัมพวันเจติยาราม บ้านทรงไทยของดาบชิน ซึ่งทำบ้านทรงไทยจำลอง ขายและสอนให้แก่ผู้ที่สนใจ และยังนำมาแสดงให้ผู้สนใจชมโดยให้เด็กนักเรียนเป็นมัคคุเทศก์ นอกจากนั้นยังมีกลุ่มแม่บ้าน กลุ่มหัตถกรรม กลุ่มอาชีพ หลายกลุ่ม เช่น กลุ่มแม่บ้านชุมชนโรงเจ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทนานตะวัน กลุ่มหัตถกรรมบ้านทรงไทยอัมพวา กลุ่มผลิตภัณฑ์จากเปลือกและกะลามะพร้าว เป็นต้น

ส่วนร้านค้าในชุมชนมีประมาณเกือบ 30 แห่ง ล้วนมีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักดีในหมู่นักท่องเที่ยวและชาวชุมชน กิจกรรมที่เป็นที่นิยมในการท่องเที่ยวอัมพวามีมากมาย อาทิเดินเลือกซื้อของ จากร้านค้าในตลาดริมน้ำและตลาดน้ำช่วงเย็นเที่ยวชมวัดและสถานที่สำคัญต่างๆ ซึ่งสามารถเดินเท้าเที่ยวชมได้หรือล่องเรือชมทิวทัศน์ริมน้ำยามกลางวันและล่องเรือชมหิ่งห้อยยามกลางคืน นับว่าชุมชนอัมพวาเป็นมรดกวัฒนธรรมที่มีคุณค่าที่ได้รับการอนุรักษ์ไว้อย่างน่าชื่นชมความคุ้มค่าที่นักท่องเที่ยวได้รับ คือ

- 1) ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมและวิถีชีวิตในชุมชน
- 2) เรียนรู้ประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรม
- 3) เกิดมิตรภาพ ผูกพัน ระหว่างนักท่องเที่ยวและชาวบ้าน
- 4) ความสนุกสนาน เพลิดเพลิน ประสบการณ์ที่สวยงาม

จุดเริ่มต้นของตลาดน้ำยามเย็นอัมพวาอันมีชื่อเสียงในปัจจุบันเกิดขึ้นจากเมื่อ พ.ศ. 2545 ซึ่งเป็นสมัยของ นายกเทศมนตรี สุรศักดิ์ ภิญญภาวสุทธิ จัดโครงการตลาดน้ำอัมพวาขึ้น โดยจัดเป็นงานเทศกาล ซึ่งมีระยะเวลาในการจัดเพียง 1 สัปดาห์ มีการจัดกิจกรรมประกวดเรือผลไม้ให้ประชาชนนำของจากสวนตนเองมาขาย ซึ่งเป็นผลไม้ตามฤดูกาล ได้แก่ ลิ้นจี่ ส้มโอ ผลปรากฏว่าได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี จึงมีความคิดว่าควรจะต้องจัดเทศกาลเช่นนี้อีก แต่เป็นที่น่าเสียดายว่าในปีต่อมา มีข้อจำกัดด้านงบประมาณทำให้เทศกาลนี้ต้องยุติไป

และต่อมาในช่วง พ.ศ. 2546-2548 โครงการอนุรักษ์ศิลปกรรมสิ่งแวดล้อมพื้นที่คลองอัมพวาซึ่งดำเนินการโดยสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากร ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กระทรวง

ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สำนักงานให้ความช่วยเหลือทางวิชาการแก่ ประเทศเดนมาร์ก (DANIDA) คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และสำนักงานเทศบาลตำบลอัมพวา โครงการดังกล่าวประกอบด้วยกิจกรรมต่างๆ รวมทั้งโครงการสาธิตซึ่งประกอบด้วย การอนุรักษ์อาคารไม้ 17 หลัง (ประกอบด้วยเรือนไทย เรือนแพ เรือนพื้นถิ่น หอแง ไม้ และสำนักงานเทศบาลตำบลอัมพวา) และการปรับปรุง ภูมิทัศน์ 1 แห่ง นอกจากนี้สำนักงานเทศบาลตำบลอัมพวา ร่วมกับชุมชนได้ดำเนินการฟื้นฟูตลาดน้ำอัมพวาในช่วงบ่าย- เย็น ของวันศุกร์-เสาร์-อาทิตย์ โดยเริ่มตั้งแต่วันที่ 11 สิงหาคม พ.ศ. 2547 เป็นต้นมา

จากแนวนโยบายเชิงกลยุทธ์ด้านการตลาดตามแนวคิดปีท่องเที่ยววิถีไทย โดย ททท. ได้คัดเลือก 12 จังหวัดทางเลือก จาก 5 ภูมิภาคทั่วประเทศ เพื่อขยายฐานการท่องเที่ยวจากจังหวัดหลักที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางไปเยือนเป็นจำนวนมากอยู่แล้ว เชื่อมโยงท่องเที่ยวไปยังจังหวัดทางเลือกทั้ง 12 จังหวัด ที่มีศักยภาพมีจุดเด่น ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วิถีชีวิต และศิลปวัฒนธรรม และมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว โดยคาดว่าจะผลสำเร็จของการจัดโครงการนี้จะช่วยสร้างกระแสการรับรู้หลงรักประเทศไทย และส่งเสริมการเดินทางของนักท่องเที่ยวได้ตลอดปี ซึ่งหนึ่งในนั้นคือ เมืองแห่งสายน้ำ จังหวัดสมุทรสงครามนั่นเอง

บทที่ 3

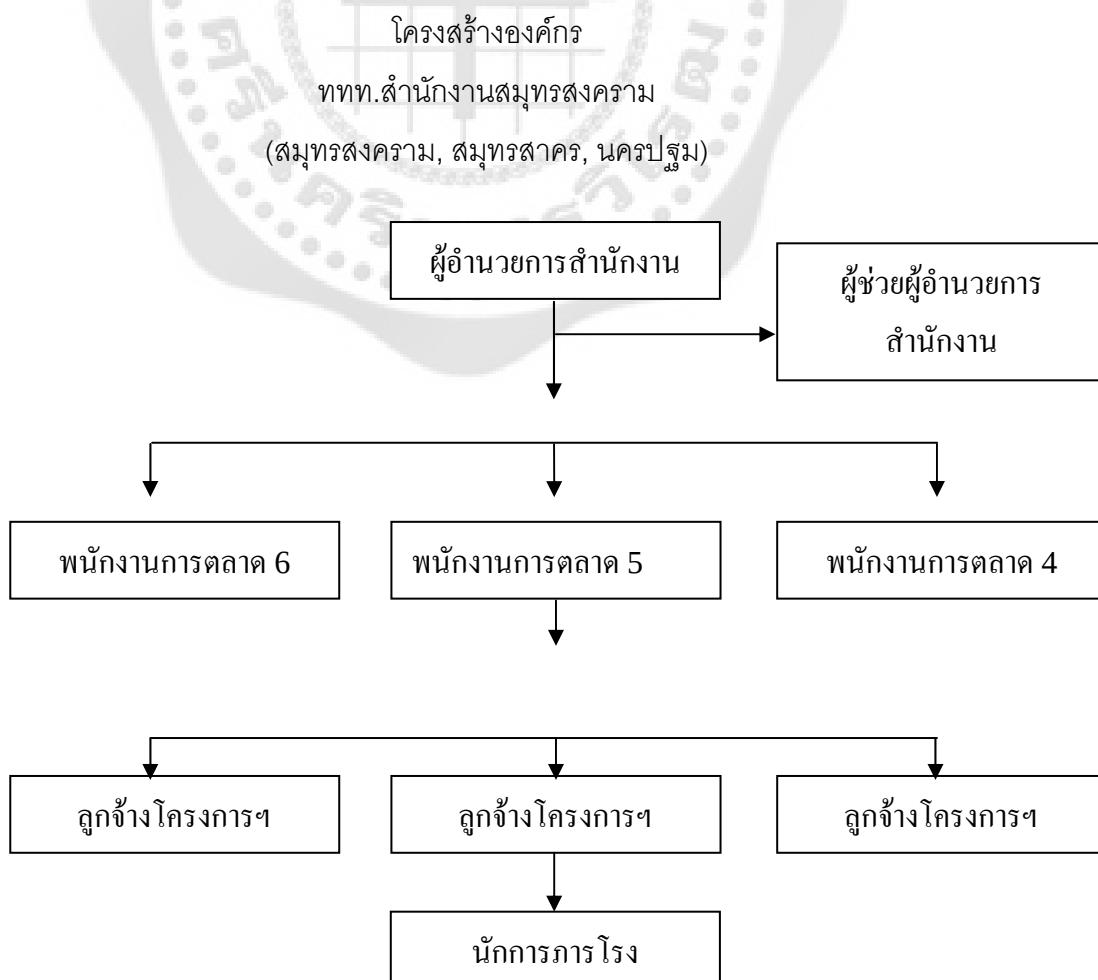
วิธีการดำเนินวิจัย

จากการศึกษาแนวคิด และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษา ผู้วิจัยได้ใช้รูปแบบและระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ประกอบกับการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ผู้ชำนาญการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติโดยตรง โดยทำการศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ กรณีศึกษาในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้วิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มเจ้าหน้าที่สังกัดการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดสมุทรสงครามทั้งหมดจำนวนทั้งสิ้น 9 คน

โครงสร้างกลุ่มเจ้าหน้าที่สังกัดการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดสมุทรสงคราม



การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ โดยผู้วิจัยเก็บแบบสอบถามและสัมภาษณ์จากเจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานสมุทรสงคราม ซึ่งเป็นผู้นำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติโดยตรง

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ โดยผู้วิจัยทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่จะศึกษาเป็นแนวทางการสร้าง

แบบสอบถาม

2. ศึกษาวิธีสร้างแบบสอบถามชนิดต่างๆจากเอกสารและทฤษฎีต่าง

3. สร้างแบบสอบถาม(Questionnaire)โดยสร้างขึ้นตามกรอบแนวคิดทฤษฎีและศึกษาผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งแบ่งสอบถามเป็น 2 ส่วน

ส่วนที่1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ตำแหน่ง เป็นคำตอบแบบเลือกตอบ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ ทั้งหมด 6 ด้าน ด้านละ 2 ข้อ เป็นคำถามแบบเลือกตอบ จำนวนทั้งหมด 12 ข้อ

2.1 ระดับปัจจัยด้านวัตถุประสงค์ของนโยบาย

2.2 ระดับปัจจัยด้านทรัพยากรนโยบาย

2.3 ระดับปัจจัยด้านการสื่อสารระหว่างหน่วยงานกับผู้ประกอบการ

2.4 ระดับปัจจัยด้านเศรษฐกิจสังคม และการเมือง

2.5 ระดับปัจจัยด้านคุณสมบัติหน่วยงานที่รับผิดชอบ

2.6 ระดับปัจจัยด้านทัศนคติของผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ

โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ระดับที่มีผลต่อความสำเร็จของนโยบายมากที่สุด ให้คะแนน	5	คะแนน
ระดับที่มีผลต่อความสำเร็จของนโยบายมาก ให้คะแนน	4	คะแนน
ระดับที่มีผลต่อความสำเร็จของนโยบายปานกลาง ให้คะแนน	3	คะแนน
ระดับที่มีผลต่อความสำเร็จของนโยบายน้อย ให้คะแนน	2	คะแนน
ระดับที่มีผลต่อความสำเร็จของนโยบายน้อยที่สุด ให้คะแนน	1	คะแนน

การกำหนดเกณฑ์ในการให้คะแนนเฉลี่ยออกเป็น 5 ระดับ โดยทำการกำหนดช่วงคะแนน ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{ช่วงคะแนน} &= \frac{(\text{คะแนนสูงสุด}-\text{คะแนนต่ำสุด})}{\text{จำนวนระดับ}} \\ &= \frac{(5-1)}{5} \\ &= 0.8\end{aligned}$$

ดังนั้น เกณฑ์การแปลความหมายข้อมูลตามวิธีของ Likert's Scale แบบจำแนกแต่ละช่วงย่อย เป็น 5 ระดับ โดยกำหนดเป็นช่วงคะแนนของการวัด ได้ดังนี้

คะแนนระหว่าง 4.21-5.00	หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุดกับการปฏิบัติ
คะแนนระหว่าง 3.41-4.20	หมายถึง เห็นด้วยมากกับการปฏิบัติ
คะแนนระหว่าง 2.61-3.40	หมายถึง เห็นด้วยปานกลางกับการปฏิบัติ
คะแนนระหว่าง 1.81-2.60	หมายถึง เห็นด้วยน้อยกับการปฏิบัติ
คะแนนระหว่าง 1.00-1.80	หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุดกับการปฏิบัติ

การตรวจสอบเครื่องมือ การหาความเที่ยงตรง(validity)โดยผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นจากแนวคิดและทฤษฎีและข้อมูลที่เกี่ยวข้องไปเสนออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องเชิงเนื้อหาของคำถามแต่ละข้อว่าตรงตามจุดมุ่งหมายของการวิจัยหรือไม่ และดำเนินการแก้ไขต่อไป

การทดสอบความเชื่อมั่น(Reliability)ด้วยการนำเครื่องมือไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างแล้วนำข้อมูลที่ได้มาทำการหาค่าความน่าเชื่อถือ โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์ อัลฟา(Alpha Coefficient)มีค่าเท่ากับ 0.6

3. การสัมภาษณ์ การวิจัยครั้งนี้ใช้การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง โดยจะเอนำคำสัมภาษณ์(keyword)มาใช้ในการชี้นำเพื่อแสวงหาข้อมูล โดยผู้วิจัยจัดเตรียมข้อคำถามอย่างหลวมๆในลักษณะคำถามปลายเปิดที่สามารถปรับเปลี่ยนถ้อยคำให้เหมาะสมกับผู้ถูกสัมภาษณ์และสถานการณ์ในขณะที่ยกสัมภาษณ์ ทั้งนี้ผู้วิจัยจะให้อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ทำหน้าที่ตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมของข้อคำถามดังกล่าว โดยประเด็นคำถามมีทั้งหมด 8 ข้อ ครอบคลุมปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จการนำนโยบายไปปฏิบัติทั้ง 6 ด้าน ตามแนวคิดของ Donald S. Van Meter และ Carl E. Van Horn

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามมาประมวลผลข้อมูลและวิเคราะห์ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS โดยใช้สถิติดังต่อไปนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Method) ในการหาค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)
2. สถิติวิเคราะห์จำแนกพหุ (Multiple Regression Analysis)



บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยไปปฏิบัติ กรณีศึกษาในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามและสัมภาษณ์จากเจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานสมุทรสงคราม จำนวนทั้งสิ้น 9 คน เพื่อนำมาประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลในโปรแกรม SPSS โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการท่องเที่ยวไทย

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อของตัวแปรที่ศึกษา ดังนี้

N หมายถึง จำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์

$\bar{X}$ หมายถึง ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง

SD หมายถึง ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง

t หมายถึง ค่าทดสอบของนัยสำคัญของค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม (ค่าสถิติ t-test)

F หมายถึง ค่าทดสอบของนัยสำคัญของค่าเฉลี่ยมากกว่า 2 กลุ่ม (ค่าสถิติ F-test)

R หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

R^2 หมายถึง ค่าอำนาจในการพยากรณ์

a หมายถึง ค่าคงที่ของการพยากรณ์

Sig. หมายถึง ความน่าจะเป็นสำหรับบอกค่านัยสำคัญทางสถิติ

H_0 หมายถึง สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)

H_1 หมายถึง สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)

* หมายถึง ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
หญิง	4	44.4
ชาย	5	55.6
รวม	9	100.0

จากตารางที่ 1 ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 9 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 55.6 และเป็นเพศหญิง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 44.4

ตาราง 2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
20-30 ปี	6	66.7
31-40 ปี	2	22.2
41-50 ปี	1	11.1
รวม	9	100.0

จากตารางที่ 2 ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 9 คน พบว่า ส่วนใหญ่มีอายุ 20-30 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7 รองลงมา มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 22.2 และน้อยที่สุดมีอายุ 41-50 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 11.1

ตาราง 3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	2	22.2
ปริญญาตรี	5	55.6
สูงกว่าปริญญาตรี	2	22.2
รวม	9	100.0

จากตารางที่ 3 ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 9 คน พบว่า ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 55.6 รองลงมาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 22.2 ในสัดส่วนที่เท่ากัน

ตาราง 4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่ง

ตำแหน่ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ผู้อำนวยการสำนักงาน	1	11.1
พนักงานการตลาด	3	33.3
ลูกจ้างโครงการจัดเก็บและนำเข้าข้อมูล	3	33.3
ลูกจ้างในสำนักงาน	2	22.2
รวม	9	100.0

จากตารางที่ 4 ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 9 คน พบว่า ส่วนใหญ่มีตำแหน่งพนักงานการตลาดและลูกจ้างโครงการจัดเก็บและนำเข้าข้อมูล จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมาตำแหน่งลูกจ้างในสำนักงาน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 22.2 และน้อยที่สุดตำแหน่งผู้อำนวยการสำนักงาน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 11.1

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการท่องเที่ยววิถีไทย

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการท่องเที่ยววิถีไทย

นโยบายการท่องเที่ยววิถีไทย	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	ระดับความคิดเห็น ต่อการปฏิบัติ
ด้านวัตถุประสงค์ของนโยบาย	4.67	0.71	มากที่สุด
ด้านทรัพยากรนโยบาย	4.61	0.78	มากที่สุด
ด้านการสื่อสารระหว่างหน่วยงานกับ ผู้ประกอบการ	4.61	0.86	มากที่สุด
ด้านเศรษฐกิจสังคม และการเมือง	4.72	0.67	มากที่สุด
ด้านคุณสมบัติหน่วยงานที่รับผิดชอบ	4.50	1.17	มากที่สุด
ด้านทัศนคติของผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ	4.56	1.01	มากที่สุด
ภาพรวม	4.61	0.84	มากที่สุด

จากตารางที่ 5 ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 9 คน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการท่องเที่ยววิถีไทย พบว่า การนํานโยบายการท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติในภาพรวม เห็นด้วยกับการปฏิบัติมากที่สุด ($\bar{X} = 4.61$) และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า ด้านวัตถุประสงค์ของนโยบาย ด้านทรัพยากรนโยบาย ด้านการสื่อสารระหว่างหน่วยงานกับผู้ประกอบการ ด้านเศรษฐกิจสังคม และการเมือง ด้านคุณสมบัติหน่วยงานที่รับผิดชอบ และด้านทัศนคติของผู้นํานโยบายไปปฏิบัติ เห็นด้วยกับการปฏิบัติมากที่สุด เช่นเดียวกัน

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการท่องเที่ยววิถีไทย
ด้านวัตถุประสงค์ของนโยบาย

วัตถุประสงค์ของ นโยบาย	ระดับความคิดเห็น (ร้อยละ)					ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	ระดับ การ ปฏิบัติ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
ความชัดเจนของ วัตถุประสงค์ของ นโยบาย	7 (77.8)	1 (11.1)	1 (11.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.67	0.71	มากที่สุด
มีการดำเนินงาน ตามแผนปฏิบัติงาน ตามนโยบายอย่าง ชัดเจน	7 (77.8)	1 (11.1)	1 (11.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.67	0.71	มากที่สุด
รวม						4.67	0.71	มากที่สุด

จากตารางที่ 6 ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 9 คน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการท่องเที่ยววิถีไทย ด้านวัตถุประสงค์ของนโยบาย พบว่า ในภาพรวม เห็นด้วยกับการปฏิบัติมากที่สุด ($\bar{X} = 4.67$) และเมื่อพิจารณาในแต่ละปัจจัย พบว่า ความชัดเจนของวัตถุประสงค์ของนโยบาย และการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติงานตามนโยบายอย่างชัดเจน เห็นด้วยกับการปฏิบัติมากที่สุด เช่นเดียวกัน

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการท่องเที่ยวไทย
ด้านทรัพยากรนโยบาย

ทรัพยากรนโยบาย	ระดับความคิดเห็น (ร้อยละ)					ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	ระดับ การ ปฏิบัติ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
มีการกำหนด งบประมาณที่ได้รับ ไว้อย่างชัดเจน	7 (77.8)	0 (0.0)	1 (11.1)	1 (11.1)	0 (0.0)	4.44	1.13	มาก ที่สุด
ความพอเพียงของ งบประมาณที่ได้รับ สำหรับการดำเนิน นโยบาย	8 (88.9)	0 (0.0)	1 (11.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.78	0.67	มาก ที่สุด
รวม						4.61	0.78	มาก ที่สุด

จากตารางที่ 7 ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 9 คน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการท่องเที่ยวไทย ด้านทรัพยากรนโยบาย พบว่า ในภาพรวม เห็นด้วยกับการปฏิบัติมากที่สุด ($\bar{X} = 4.61$) และเมื่อพิจารณาในแต่ละปัจจัย พบว่า มีการกำหนดงบประมาณที่ได้รับไว้อย่างชัดเจน และความพอเพียงของงบประมาณที่ได้รับสำหรับการดำเนินนโยบาย เห็นด้วยกับการปฏิบัติมากที่สุด เช่นเดียวกัน

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการท่องเที่ยวไทย
ด้านการสื่อสารระหว่างหน่วยงานกับผู้ประกอบการ

การสื่อสารระหว่าง หน่วยงานกับ ผู้ประกอบการ	ระดับความคิดเห็น (ร้อยละ)					ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	ระดับ การ ปฏิบัติ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
ความชัดเจนของ ข้อมูล ประชาสัมพันธ์ของ นโยบาย	7 (77.8)	1 (11.1)	1 (11.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.67	0.71	มาก ที่สุด
ความสามารถใน การสื่อสารระหว่าง หน่วยงานกับ ผู้ประกอบการ	7 (77.8)	1 (11.1)	0 (0.0)	1 (11.1)	0 (0.0)	4.56	1.01	มาก ที่สุด
รวม						4.61	0.86	มาก ที่สุด

จากตารางที่ 8 ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 9 คน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการท่องเที่ยวไทย ด้านการสื่อสารระหว่างหน่วยงานกับผู้ประกอบการ พบว่า ในภาพรวม เห็นด้วยกับการปฏิบัติมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.61) และเมื่อพิจารณาในแต่ละปัจจัย พบว่า ความชัดเจนของข้อมูลประชาสัมพันธ์ของนโยบาย และความสามารถในการสื่อสารระหว่างหน่วยงานกับผู้ประกอบการ เห็นด้วยกับการปฏิบัติมากที่สุด เช่นเดียวกัน

ตาราง 9 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการท่องเที่ยวไทย
ด้านเศรษฐกิจสังคม และการเมือง

เศรษฐกิจสังคม และการเมือง	ระดับความคิดเห็น (ร้อยละ)					ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	ระดับ การ ปฏิบัติ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
การสร้าง ภาพลักษณ์ในการ ท่องเที่ยวให้กับ ประเทศไทย	7 (77.8)	1 (11.1)	1 (11.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.67	0.71	มาก ที่สุด
นโยบายส่งเสริม การท่องเที่ยว ไทยมีประโยชน์กับ ประเทศไทย	8 (88.9)	0 (0.0)	1 (11.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.78	0.67	มาก ที่สุด
รวม						4.72	0.67	มาก ที่สุด

จากตารางที่ 9 ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 9 คน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการท่องเที่ยวไทย ด้านเศรษฐกิจสังคม และการเมือง พบว่า ในภาพรวม เห็นด้วยกับการปฏิบัติมากที่สุด ($\bar{X} = 4.72$) และเมื่อพิจารณาในแต่ละปัจจัย พบว่า การสร้างภาพลักษณ์ในการท่องเที่ยวให้กับประเทศไทย และนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยมีประโยชน์กับประเทศไทย เห็นด้วยกับการปฏิบัติมากที่สุด เช่นเดียวกัน

ตาราง 10 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการท่องเที่ยวไทย
ด้านคุณสมบัติหน่วยงานที่รับผิดชอบ

คุณสมบัติ หน่วยงานที่ รับผิดชอบ	ระดับความคิดเห็น (ร้อยละ)					ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	ระดับ การ ปฏิบัติ
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
มีกลไกดูแล ติดตาม และการ บริหารงาน	7 (77.8)	1 (11.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (11.1)	4.44	1.33	มาก ที่สุด
มีการแบ่งงานกัน อย่างชัดเจนใน หน่วยงาน	7 (77.8)	1 (11.1)	0 (0.0)	1 (11.1)	0 (0.0)	4.56	1.01	มาก ที่สุด
รวม						4.50	1.17	มาก ที่สุด

จากตารางที่ 10 ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 9 คน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการท่องเที่ยวไทย ด้านคุณสมบัติหน่วยงานที่รับผิดชอบ พบว่า ในภาพรวม เห็นด้วยกับการปฏิบัติมากที่สุด ($\bar{X} = 4.50$) และเมื่อพิจารณาในแต่ละปัจจัย พบว่า มีกลไกดูแล ติดตาม และการบริหารงาน และมีการแบ่งงานกันอย่างชัดเจนในหน่วยงาน เห็นด้วยกับการปฏิบัติมากที่สุด เช่นเดียวกัน

ตาราง 11 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการท่องเที่ยววิถีไทย
ด้านทัศนคติของผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ

ทัศนคติของผู้นำ นโยบายไปปฏิบัติ	ระดับความคิดเห็น (ร้อยละ)					ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	ระดับ การ ปฏิบัติ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
มีความรู้ความ เข้าใจในนโยบาย ส่งเสริมการ ท่องเที่ยววิถีไทยฯ	7 (77.8)	1 (11.1)	1 (11.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.67	0.71	มาก ที่สุด
การมีส่วนร่วมใน การแสดงความ คิดเห็นภายใน องค์กร	7 (77.8)	1 (11.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (11.1)	4.44	1.33	มาก ที่สุด
รวม						4.56	1.01	มาก ที่สุด

จากตารางที่ 11 ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 9 คน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการ
ท่องเที่ยววิถีไทย ด้านทัศนคติของผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ พบว่า ในภาพรวม เห็นด้วยกับการปฏิบัติมาก
ที่สุด ($\bar{X} = 4.56$) และเมื่อพิจารณาในแต่ละปัจจัย พบว่า มีความรู้ความเข้าใจในนโยบายส่งเสริมการ
ท่องเที่ยววิถีไทยฯ และการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นภายในองค์กร เห็นด้วยกับการปฏิบัติ
มากที่สุด เช่นเดียวกัน

ตาราง 12 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความสำเร็จในการนํานโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ ในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

ภาพรวมความสำเร็จการนํานโยบายไปปฏิบัติ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
70 คะแนน	1	11.1
80 คะแนน	1	11.1
90 คะแนน	6	66.7
100 คะแนน	1	11.1
รวม	9	100.0

จากตารางที่ 12 ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 9 คน พบว่า ส่วนใหญ่ให้คะแนนความสำเร็จในการนํานโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ ในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม 90 คะแนน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7 และให้คะแนนความสำเร็จ 70 คะแนน 80 คะแนน 100 คะแนน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 11.1 ในสัดส่วนที่เท่ากัน

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการนํานโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว

จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่สังกัดการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดสมุทรสงคราม ผู้นำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติโดยตรง ทั้งหมดจำนวน 9 คน โดยทำการศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการนํานโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ กรณีศึกษาในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ผลการศึกษาพบว่า

1. วัตถุประสงค์และมาตรฐานของนโยบาย

วัตถุประสงค์ของนโยบายท่องเที่ยววิถีไทย เพื่อเป็นส่งเสริมการท่องเที่ยวในแบบวิถีไทย โดยใช้แนวคิดหลักในการส่งเสริม สร้างภาพลักษณ์ที่ดีและถูกต้องตามวิถีไทย จุดขายที่น่าสนใจที่สุด คือ ชีวิตความเป็นอยู่ของไทยใน 12 เมือง โดยให้คนไทยภาคภูมิใจในความเป็นไทยและเที่ยวเมืองไทย ดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย กระตุ้นให้เกิดการใช้จ่ายภายในประเทศ สร้างการรับรู้ถึงภาพลักษณ์ด้านบวก จากความสงบสุขเรียบร้อยของบ้านเมือง ความรักความสามัคคี ความปลอดภัยและมิตรภาพของคนไทยโดยเฉพาะความสุขความรื่นเริง ความเป็นอยู่แบบไทยที่พบเห็นได้ทุกถิ่นทั่วไทย เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กลับมาฟื้นตัวอีกครั้ง

2. ทรัพยากรนโยบาย

การใช้งบประมาณในการปฏิบัติงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากการประเมินจัดเก็บข้อมูลกิจกรรมในแต่ละครั้ง โดย ททท. ตั้งเป้ารายได้การท่องเที่ยวจากตลาดต่างประเทศไว้ 1.4 ล้านล้านบาท และรายได้จากในประเทศ 8 แสนล้านบาท

วัสดุอุปกรณ์ต่างๆ ที่มีอยู่เพียงพอ มีประสิทธิภาพและมีความทันสมัยต่อการปฏิบัติงานตามนโยบายท่องเที่ยววิถีไทย โดยได้รับการจัดสรรจาก ททท. สำนักงานใหญ่อย่างเพียงพอ เช่น VDO เผยแพร่ต่างๆ เอกสารคู่มือท่องเที่ยว มีการประชาสัมพันธ์งานเทศกาลการท่องเที่ยววิถีไทยผ่านทาง Social Media เช่น Facebook รวมถึงสื่อมวลชนที่เป็นพันธมิตร สิ่งที่ต้องทำควบคู่ไปกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว คือ การพัฒนาเส้นทางคมนาคมให้สะดวกปลอดภัยได้มาตรฐาน และการดูแลชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

บุคลากรมีความรู้ความสามารถและเข้าใจนโยบายท่องเที่ยววิถีไทย เนื่องจากต้องมีการรับมอบนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยในการดำเนินงานของ ททท. และมีการฝึกอบรมให้เกิดความเข้าใจในวัฒนธรรมพื้นฐานของชาวต่างชาติ เช่น การทักทายในลักษณะของการเป็นเจ้าบ้านที่ดี เพื่อนำไปใช้ในการทำงาน

3. การสื่อสารระหว่างหน่วยงานและผู้ประกอบการ

มีการพูดคุยและประสานงานระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้ประกอบการอยู่บ่อยครั้ง เนื่องจากต้องทำงานร่วมกัน มีการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวต่างชาติทราบถึงวิถีไทยในชุมชน บางครั้งออกงานร่วมกัน เช่น ออกงานส่งเสริมการขายต่างๆ โดยการทำงานในลักษณะของหน่วยงาน ททท. จำเป็นต้องมีการประสานงานกับส่วนราชการและชุมชนอยู่แล้ว เช่น นำคณะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้าเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชนต่างๆ ในพื้นที่รับผิดชอบ มีการประกาศให้หน่วยงานทราบถึงแคมเปญอย่างรวดเร็วและทั่วถึง

4. เศรษฐกิจทางสังคมและการเมือง

การดำเนินนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยฯ ส่งผลต่อสภาพเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง เป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจ ทำให้เศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวดีขึ้น เกิดการท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มขึ้น มีการพบปะระหว่างเจ้าบ้านกับนักท่องเที่ยวที่มาเยือน ททท. คาดการณ์รายได้จากการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา

5. ทักษะของผู้ปฏิบัติ

ผู้ปฏิบัติงานมีการร่วมกันทำงานเป็นทีมมีความสามัคคีเพื่อให้นโยบายประสบความสำเร็จและมีประสิทธิภาพ และมีการประสานงานกับ ททท. สำนักงานใหญ่

ผู้ปฏิบัติงานมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นระหว่างชุมชนหรือผู้ประสานงานกับส่วนต่างๆ เจ้าหน้าที่ร่วมแสดงความคิดเห็นอยู่บ่อยครั้ง เพราะต้องลงพื้นที่พูดคุยกับชุมชนและประสานงานเพื่อพัฒนาต่อไป โดยมีส่วนร่วมในพื้นที่รับผิดชอบ จ.สมุทรสงคราม จ.สมุทรสาคร จ.นครปฐม

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ในการทดสอบสมมติฐานครั้งนี้ ผู้ทำการวิจัยได้ทำการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำนโยบายส่งเสริมท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ในการวิเคราะห์กำหนดค่าระดับความเชื่อมั่นที่ 95% หรือกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติ (α) ที่ระดับ 0.05 โดยพิจารณาเงื่อนไขการยอมรับ หรือปฏิเสธ สมมติฐานดังนี้

1. หากค่าความน่าจะเป็นที่คำนวณได้จากโปรแกรม มีค่ามากกว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (α) แสดงว่าไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0)
2. หากค่าความน่าจะเป็นที่คำนวณได้จากโปรแกรม มีค่าน้อยกว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (α) แสดงว่าสามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1)

สมมติฐานที่ 1. ปัจจัยด้านวัตถุประสงค์ของนโยบายส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ

H_0 : ปัจจัยด้านวัตถุประสงค์ของนโยบาย ไม่ส่งผลต่อความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ

H_1 : ปัจจัยด้านวัตถุประสงค์ของนโยบาย ส่งผลต่อความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ

ตาราง 13 การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณระหว่างปัจจัยด้านวัตถุประสงค์ของนโยบาย กับ ความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำนโยบายส่งเสริม ท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ	ความสำเร็จของการนำนโยบาย ท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ		Sig.
	สัมประสิทธิ์การ ถดถอย	ความคลาดเคลื่อน มาตรฐาน	
ปัจจัยด้านวัตถุประสงค์ของนโยบาย	10.83	1.75	0.00*
R = 0.92 Adjusted R ² = 0.85 a = 37.22 F = 38.16			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 13 การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณระหว่างปัจจัยด้านวัตถุประสงค์ของนโยบาย กับความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) มีค่า 0.92 และค่า R^2 ที่คำนวณได้คือ 0.85 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านวัตถุประสงค์ของนโยบาย ส่งผลต่อความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติได้ประมาณ 85% ซึ่งถือมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง ค่าระดับนัยสำคัญ (Sig.=0.00) ต่ำกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด (Sig.<0.05) ดังนั้น ปัจจัยด้านวัตถุประสงค์ของนโยบาย ส่งผลต่อความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยสามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

ความสำเร็จการนำนโยบายไปปฏิบัติ = $37.22 + 10.83$ (ปัจจัยด้านวัตถุประสงค์ของนโยบาย)

สมมติฐานที่ 2. ปัจจัยด้านทรัพยากรของนโยบายส่งผลต่อความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ

H_0 : ปัจจัยด้านทรัพยากรของนโยบาย ไม่ส่งผลต่อความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ

H_1 : ปัจจัยด้านทรัพยากรของนโยบาย ส่งผลต่อความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ

ตาราง 14 การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณระหว่างปัจจัยด้านทรัพยากรของนโยบายกับความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำนโยบายส่งเสริมท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ	ความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ		Sig.
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน	
ปัจจัยด้านทรัพยากรของนโยบาย	8.64	2.36	0.01*
R = 0.81 Adjusted R^2 = 0.66 a = 47.95 F = 13.37			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 14 การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณระหว่างปัจจัยด้านทรัพยากรของนโยบาย กับความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) มีค่า 0.81 และค่า R^2 ที่คำนวณได้คือ 0.66 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านทรัพยากรของนโยบาย ส่งผลต่อความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติได้ประมาณ 66% ซึ่งถือมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง ค่าระดับนัยสำคัญ (Sig.=0.01) ต่ำกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด (Sig.<0.05) ดังนั้น ปัจจัยด้านทรัพยากรของนโยบาย ส่งผลต่อความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยสามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$\text{ความสำเร็จการนำนโยบายไปปฏิบัติ} = 47.95 + 8.64 (\text{ปัจจัยด้านทรัพยากรของนโยบาย})$$

สมมติฐานที่ 3. ปัจจัยด้านการสื่อสารระหว่างหน่วยงานกับผู้ประกอบการของนโยบายส่งผลต่อความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ

H_0 : ปัจจัยด้านการสื่อสารระหว่างหน่วยงานกับผู้ประกอบการของนโยบาย ไม่ส่งผลต่อความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ

H_1 : ปัจจัยด้านการสื่อสารระหว่างหน่วยงานกับผู้ประกอบการของนโยบาย ส่งผลต่อความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ

ตาราง 15 การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณระหว่างปัจจัยด้านการสื่อสารระหว่างหน่วยงานกับผู้ประกอบการกับความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำนโยบายส่งเสริมท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ	ความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ		Sig.
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน	
ปัจจัยด้านการสื่อสารระหว่างหน่วยงานกับผู้ประกอบการ	8.87	1.50	0.00*
R = 0.91 Adjusted R^2 = 0.83 a = 46.89 F = 35.06			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 15 การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณระหว่างปัจจัยด้านการสื่อสารระหว่างหน่วยงานกับผู้ประกอบการกับความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) มีค่า 0.91 และค่า R^2 ที่คำนวณได้คือ 0.83 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านการสื่อสารระหว่างหน่วยงานกับผู้ประกอบการ ส่งผลต่อความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติได้ประมาณ 83% ซึ่งถือมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง ค่าระดับนัยสำคัญ (Sig.=0.00) ต่ำกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด (Sig.<0.05) ดังนั้น ปัจจัยด้านการสื่อสารระหว่างหน่วยงานกับผู้ประกอบการของนโยบาย ส่งผลต่อความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยสามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

ความสำเร็จการนำนโยบายไปปฏิบัติ = $46.89 + 8.87$ (ปัจจัยด้านการสื่อสารระหว่างหน่วยงานกับผู้ประกอบการ)

สมมติฐานที่ 4. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจสังคม และการเมืองของนโยบายส่งผลต่อความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ

H_0 : ปัจจัยด้านเศรษฐกิจสังคม และการเมืองของนโยบาย ไม่ส่งผลต่อความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ

H_1 : ปัจจัยด้านเศรษฐกิจสังคม และการเมืองของนโยบาย ส่งผลต่อความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ

ตาราง 16 การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณระหว่างปัจจัยด้านเศรษฐกิจสังคม และการเมืองกับความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำนโยบายส่งเสริมท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ	ความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ		Sig.
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน	
ปัจจัยด้านเศรษฐกิจสังคม และการเมือง	11.09	2.18	0.00*
R= 0.89 Adjusted R^2 = 0.79 a = 35.39 F = 25.97			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 16 การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณระหว่างปัจจัยด้านเศรษฐกิจสังคม และการเมืองกับความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) มีค่า 0.89 และค่า R^2 ที่คำนวณได้คือ 0.79 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านเศรษฐกิจสังคม และการเมือง ส่งผลต่อความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติได้ประมาณ 79% ซึ่งถือมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง ค่าระดับนัยสำคัญ (Sig.=0.00) ต่ำกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด (Sig.<0.05) ดังนั้น ปัจจัยด้านเศรษฐกิจสังคม และการเมืองของนโยบาย ส่งผลต่อความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยสามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

ความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติ = $35.39 + 11.09$ (ปัจจัยด้านเศรษฐกิจสังคม และการเมือง)

สมมติฐานที่ 5. ปัจจัยด้านคุณสมบัติหน่วยงานที่รับผิดชอบของนโยบายส่งผลต่อความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ

H_0 : ปัจจัยด้านคุณสมบัติหน่วยงานที่รับผิดชอบของนโยบาย ไม่ส่งผลต่อความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ

H_1 : ปัจจัยด้านคุณสมบัติหน่วยงานที่รับผิดชอบของนโยบาย ส่งผลต่อความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ

ตาราง 17 การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณระหว่างปัจจัยด้านคุณสมบัติหน่วยงานที่รับผิดชอบ กับ ความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำนโยบายส่งเสริม ท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ	ความสำเร็จของการนำนโยบาย ท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ		Sig.
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน	
ปัจจัยด้านคุณสมบัติหน่วยงานที่รับผิดชอบ	6.36	1.20	0.00*
R= 0.90 Adjusted R^2 = 0.80 a = 59.14 F = 28.32			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 17 การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณระหว่างปัจจัยด้านคุณสมบัติหน่วยงานที่รับผิดชอบ กับความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) มีค่า 0.90 และค่า R^2 ที่คำนวณได้คือ 0.80 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านคุณสมบัติหน่วยงานที่รับผิดชอบ ส่งผลต่อความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติได้ประมาณ 80% ซึ่งถือมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง ค่าระดับนัยสำคัญ (Sig.=0.00) ต่ำกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด (Sig.<0.05) ดังนั้น ปัจจัยด้านคุณสมบัติหน่วยงานที่รับผิดชอบของนโยบาย ส่งผลต่อความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยสามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

ความสำเร็จการนำนโยบายไปปฏิบัติ = $59.14 + 6.36$ (ปัจจัยด้านคุณสมบัติหน่วยงานที่รับผิดชอบ)

สมมติฐานที่ 6. ปัจจัยด้านทัศนคติของผู้นำนโยบายไปปฏิบัติของนโยบายส่งผลต่อความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ

H_0 : ปัจจัยด้านทัศนคติของผู้นำนโยบายไปปฏิบัติของนโยบาย ไม่ส่งผลต่อความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ

H_a : ปัจจัยด้านทัศนคติของผู้นำนโยบายไปปฏิบัติของนโยบาย ส่งผลต่อความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ

ตาราง 18 การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณระหว่างปัจจัยด้านทัศนคติของผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ กับ ความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำนโยบายส่งเสริม ท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ	ความสำเร็จของการนำนโยบาย ท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ		Sig.
	สัมประสิทธิ์การ ถดถอย	ความคลาดเคลื่อน มาตรฐาน	
ปัจจัยด้านทัศนคติของผู้นำนโยบายไป ปฏิบัติ	7.43	1.33	0.00*
R= 0.90 Adjusted R^2 = 0.82 a = 53.92 F = 31.37			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 18 การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณระหว่างปัจจัยด้านทัศนคติของผู้นำนโยบายไปปฏิบัติกับความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) มีค่า 0.90 และค่า R^2 ที่คำนวณได้คือ 0.82 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านทัศนคติของผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ ส่งผลต่อความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติได้ประมาณ 82% ซึ่งถือมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง ค่าระดับนัยสำคัญ (Sig.=0.00) ต่ำกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด (Sig.<0.05) ดังนั้น ปัจจัยด้านทัศนคติของผู้นำนโยบายไปปฏิบัติของนโยบาย ส่งผลต่อความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยสามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

ความสำเร็จการนำนโยบายไปปฏิบัติ = $53.92 + 7.43$ (ปัจจัยด้านทัศนคติของผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ)

สมมติฐานที่ 7. เพศต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ แตกต่างกัน

H_0 : เพศต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ แตกต่างกัน

ตาราง 19 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ จำแนกตามเพศ

นโยบายการท่องเที่ยววิถีไทย	เพศ	N	$\bar{X}$	SD	t	Sig.
ด้านวัตถุประสงค์ของนโยบาย	ชาย	4	4.25	0.96	-1.78	0.12
	หญิง	5	5.00	0.00		
ด้านทรัพยากรนโยบาย	ชาย	4	4.13	1.03	-1.93	0.09
	หญิง	5	5.00	0.00		
ด้านการสื่อสารระหว่างหน่วยงานกับผู้ประกอบการ	ชาย	4	4.13	1.18	-1.69	0.14
	หญิง	5	5.00	0.00		

ตาราง 19 (ต่อ)

นโยบายการท่องเที่ยวไทย	เพศ	N	$\bar{X}$	SD	t	Sig.
ด้านเศรษฐกิจสังคม และ การเมือง	ชาย	4	4.38	0.95	-1.50	0.18
	หญิง	5	5.00	0.00		
ด้านคุณสมบัติหน่วยงานที่ รับผิดชอบ	ชาย	4	3.88	1.65	-1.55	0.16
	หญิง	5	5.00	0.00		
ด้านทัศนคติของผู้นำ นโยบายไปปฏิบัติ	ชาย	4	4.00	1.41	-1.61	0.15
	หญิง	5	5.00	0.00		

จากตารางที่ 19 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ จำแนกตามเพศ พบว่า ทุกด้านมีค่า Sig. มากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 นั่นคือ เพศต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 8. ระดับตำแหน่งต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ แตกต่างกัน

H_0 : ระดับตำแหน่งต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับตำแหน่งต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ แตกต่างกัน

ตาราง 20 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ จำแนกตามระดับตำแหน่ง

นโยบายการท่องเที่ยวไทย	ระดับตำแหน่ง	N	$\bar{X}$	SD	F	Sig.
ด้านวัตถุประสงค์ของ นโยบาย	ผู้บริหาร	2	4.50	0.71	0.24	0.79
	พนักงาน	5	4.60	0.89		
	รปภ.	2	5.00	0.00		

ตาราง 20 (ต่อ)

นโยบายการท่องเที่ยวไทย	ระดับตำแหน่ง	N	$\bar{X}$	SD	F	Sig.
ด้านทรัพยากรนโยบาย	ผู้บริหาร	2	4.00	1.41	0.86	0.47
	พนักงาน	5	4.70	0.67		
	รปภ.	2	5.00	0.00		
ด้านการสื่อสารระหว่าง หน่วยงานกับผู้ประกอบการ	ผู้บริหาร	2	4.50	0.71	0.21	0.81
	พนักงาน	5	4.50	1.12		
	รปภ.	2	5.00	0.00		
ด้านเศรษฐกิจสังคม และ การเมือง	ผู้บริหาร	2	4.75	0.35	0.21	0.82
	พนักงาน	5	4.60	0.89		
	รปภ.	2	5.00	0.00		
ด้านคุณสมบัติหน่วยงานที่ รับผิดชอบ	ผู้บริหาร	2	4.50	0.71	0.20	0.82
	พนักงาน	5	4.30	1.57		
	รปภ.	2	5.00	0.00		
ด้านทัศนคติของผู้นำ นโยบายไปปฏิบัติ	ผู้บริหาร	2	4.50	0.71	0.20	0.82
	พนักงาน	5	4.40	1.34		
	รปภ.	2	5.00	0.00		

จากตารางที่ 20 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความสำเร็จของการนํานโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ จำแนกตามระดับตำแหน่ง พบว่า ทุกด้านมีค่า Sig. มากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 นั่นคือ ระดับตำแหน่งต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จของการนํานโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ ไม่แตกต่างกัน

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยไปปฏิบัติ กรณีศึกษาในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยไปปฏิบัติ กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม และเพื่อศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคในการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยไปปฏิบัติ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นเจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานสมุทรสงคราม จำนวนทั้งสิ้น 9 คนโดยผู้วิจัยได้ดำเนินการแจกแบบสอบถามและได้รับแบบสอบถามคืนมาเป็นคิดเป็นร้อยละ 100 ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยใช้วิธีทางสถิติและคำนวณค่าต่าง ๆ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS โดยหาค่าสถิติ ดังนี้ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติวิเคราะห์จำแนกหมู่ (Multiple Regression Analysis)

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยไปปฏิบัติ กรณีศึกษาในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม สามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 55.6 มีอายุ 20-30 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7 การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 55.6 ตำแหน่งพนักงานการตลาดและลูกค้าโครงการจัดเก็บและนำเข้าข้อมูล จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการท่องเที่ยวไทย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า การนำนโยบายการท่องเที่ยวไทยไปปฏิบัติในภาพรวมเห็นด้วยกับการปฏิบัติมากที่สุด ($\bar{X} = 4.61$) และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า ด้านวัตถุประสงค์ของนโยบาย ด้านทรัพยากรนโยบาย ด้านการสื่อสารระหว่างหน่วยงานกับผู้ประกอบการ ด้านเศรษฐกิจสังคม และการเมือง ด้านคุณสมบัติหน่วยงานที่รับผิดชอบ และด้านทัศนคติของผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ เห็นด้วยกับการปฏิบัติมากที่สุด เช่นเดียวกันโดยในแต่ละด้าน มีผลดังนี้

ด้านวัตถุประสงค์ของนโยบาย พบว่า ในภาพรวม เห็นด้วยกับการปฏิบัติมากที่สุด ($\bar{X} = 4.67$) และเมื่อพิจารณาในแต่ละปัจจัย พบว่า ความชัดเจนของวัตถุประสงค์ของนโยบาย และการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติงานตามนโยบายอย่างชัดเจน เห็นด้วยกับการปฏิบัติมากที่สุด เช่นเดียวกัน

ด้านทรัพยากรนโยบาย พบว่า ในภาพรวม เห็นด้วยกับการปฏิบัติมากที่สุด ($\bar{X} = 4.61$) และเมื่อพิจารณาในแต่ละปัจจัย พบว่า มีการกำหนดงบประมาณที่ได้รับไว้อย่างชัดเจน และความพอเพียงของงบประมาณที่ได้รับสำหรับการดำเนินนโยบาย เห็นด้วยกับการปฏิบัติมากที่สุด เช่นเดียวกัน

ด้านการสื่อสารระหว่างหน่วยงานกับผู้ประกอบการ พบว่า ในภาพรวม เห็นด้วยกับการปฏิบัติมากที่สุด ($\bar{X} = 4.61$) และเมื่อพิจารณาในแต่ละปัจจัย พบว่า ความชัดเจนของข้อมูลประชาสัมพันธ์ของนโยบาย และความสามารถในการสื่อสารระหว่างหน่วยงานกับผู้ประกอบการ เห็นด้วยกับการปฏิบัติมากที่สุด เช่นเดียวกัน

ด้านเศรษฐกิจสังคม และการเมือง พบว่า ในภาพรวม เห็นด้วยกับการปฏิบัติมากที่สุด ($\bar{X} = 4.72$) และเมื่อพิจารณาในแต่ละปัจจัย พบว่า การสร้างภาพลักษณ์ในการท่องเที่ยวให้กับประเทศไทย และนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยมีประโยชน์กับประเทศไทย เห็นด้วยกับการปฏิบัติมากที่สุด เช่นเดียวกัน

ด้านคุณสมบัติหน่วยงานที่รับผิดชอบ พบว่า ในภาพรวม เห็นด้วยกับการปฏิบัติมากที่สุด ($\bar{X} = 4.50$) และเมื่อพิจารณาในแต่ละปัจจัย พบว่า มีกลไกดูแล ติดตาม และการบริหารงาน และมีการแบ่งงานกันอย่างชัดเจนในหน่วยงาน เห็นด้วยกับการปฏิบัติมากที่สุด เช่นเดียวกัน

ด้านทัศนคติของผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ พบว่า ในภาพรวม เห็นด้วยกับการปฏิบัติมากที่สุด ($\bar{X} = 4.56$) และเมื่อพิจารณาในแต่ละปัจจัย พบว่า มีความรู้ความเข้าใจในนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทย และการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นภายในองค์กร เห็นด้วยกับการปฏิบัติมากที่สุด เช่นเดียวกัน

ความสำเร็จในการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ ในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม 90 คะแนน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7 และให้คะแนนความสำเร็จ 70 คะแนน 80 คะแนน 100 คะแนน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 11.1 ในสัดส่วนที่เท่ากัน

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว **1. วัตถุประสงค์และมาตรฐานของนโยบาย**

วัตถุประสงค์ของนโยบายท่องเที่ยววิถีไทย เพื่อเป็นส่งเสริมการท่องเที่ยวในแบบวิถีไทย โดยใช้แนวคิดหลักในการส่งเสริม สร้างภาพลักษณ์ที่ดีและถูกต้องตามวิถีไทย จุดขายที่น่าสนใจที่สุด คือ

ชีวิตความเป็นอยู่ของไทยใน 12 เมือง โดยให้คนไทยภาคภูมิใจในความเป็นไทยและเที่ยวเมืองไทย ดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย กระตุ้นให้เกิดการใช้จ่าย ภายในประเทศ สร้างการรับรู้ถึงภาพลักษณ์ด้านบวก จากความสงบสุขเรียบร้อยของบ้านเมือง ความรักความสามัคคี ความปลอดภัยและมีมิตรภาพของคนไทยโดยเฉพาะความสุขความรื่นเริง ความเป็นอยู่แบบไทยที่พบเห็นได้ทุกถิ่นทั่วไทย เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กลับมาฟื้นตัวอีกครั้ง

2. ทรัพยากรนโยบาย

การใช้งบประมาณในการปฏิบัติงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากการประเมิน จัดเก็บข้อมูลกิจกรรมในแต่ละครั้ง โดย ททท. ตั้งเป้ารายได้การท่องเที่ยวจากตลาดต่างประเทศไว้ 1.4 ล้านล้านบาท และรายได้จากในประเทศ 8 แสนล้านบาท วัตถุประสงค์ต่างๆ ที่มีอยู่เพียงพอ มีประสิทธิภาพและมีความทันสมัยต่อการปฏิบัติงานตามนโยบายท่องเที่ยววิถีไทย โดยได้รับการจัดสรร จาก ททท.สำนักงานใหญ่อย่างเพียงพอ เช่น VDO เผยแพร่ต่างๆ เอกสารคู่มือท่องเที่ยว มีการประชาสัมพันธ์งานเทศกาลการท่องเที่ยววิถีไทยผ่านทาง Social Media เช่น Facebook รวมถึง สื่อมวลชนที่เป็นพันธมิตร สิ่งที่ต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว คือ การพัฒนาเส้นทางคมนาคมให้สะดวกปลอดภัยได้มาตรฐาน และการดูแลชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว บุคลากรมีความรู้ความสามารถและเข้าใจนโยบายท่องเที่ยววิถีไทย เนื่องจากต้องมีการรับมอบนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยในการดำเนินงานของ ททท. และมีการฝึกอบรมให้เกิดความเข้าใจในวัฒนธรรมพื้นฐานของชาวต่างชาติ เช่น การทักทายในลักษณะของการเป็นเจ้าบ้านที่ดี เพื่อนำไปใช้ในการทำงาน

3. การสื่อสารระหว่างหน่วยงานและผู้ประกอบการ

มีการพูดคุยและประสานงานระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้ประกอบการอยู่บ่อยครั้ง เนื่องจากต้องทำงานร่วมกัน มีการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวต่างชาติทราบถึงวิถีไทยในชุมชน บางครั้งออกงานร่วมกัน เช่น ออกงานส่งเสริมการขายต่างๆ โดยการทำงานในลักษณะของหน่วยงาน ททท. จำเป็นต้องมีการประสานงานกับส่วนราชการและชุมชนอยู่แล้ว เช่น นำคณะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้าเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชนต่างๆ ในพื้นที่รับผิดชอบ มีการประกาศให้หน่วยงานทราบถึงแคมเปญอย่างรวดเร็วและทั่วถึง

4. เศรษฐกิจทางสังคมและการเมือง

การดำเนินนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยฯ ส่งผลต่อสภาพเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง เป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจ ทำให้เศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวดีขึ้น เกิดการท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มขึ้น มีการพบปะระหว่างเจ้าบ้านกับนักท่องเที่ยวที่มาเยือน ททท. คาดการณ์รายได้จากการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา

5. ทศนคติของผู้ปฏิบัติ

ผู้ปฏิบัติงานมีการร่วมกันทำงานเป็นทีมมีความสามัคคีเพื่อให้นโยบายประสบความสำเร็จและมีประสิทธิภาพ และมีการประสานงานกับ ททท.สำนักงานใหญ่ ผู้ปฏิบัติงานมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นระหว่างชุมชนหรือผู้ประสานงานกับส่วนต่างๆ เจ้าหน้าที่ร่วมแสดงความคิดเห็นอยู่บ่อยครั้ง เพราะต้องลงพื้นที่พูดคุยกับชุมชนและประสานงานเพื่อพัฒนาต่อไป โดยมีส่วนร่วมในพื้นที่รับผิดชอบ จ.สมุทรสงคราม จ.สมุทรสาคร จ.นครปฐม

ผลการทดสอบสมมติฐาน

1. ปัจจัยด้านวัตถุประสงค์ของนโยบาย ส่งผลต่อความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ อย่างมีระดับนัยสำคัญ 0.05
2. ปัจจัยด้านทรัพยากรของนโยบาย ส่งผลต่อความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ อย่างมีระดับนัยสำคัญ 0.05
3. ปัจจัยด้านการสื่อสารระหว่างหน่วยงานกับผู้ประกอบการของนโยบาย ส่งผลต่อความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ อย่างมีระดับนัยสำคัญ 0.05
4. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจสังคม และการเมืองของนโยบาย ส่งผลต่อความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ อย่างมีระดับนัยสำคัญ 0.05
5. ปัจจัยด้านคุณสมบัติหน่วยงานที่รับผิดชอบของนโยบาย ส่งผลต่อความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ อย่างมีระดับนัยสำคัญ 0.05
6. ปัจจัยด้านทัศนคติของผู้นำนโยบายไปปฏิบัติของนโยบาย ส่งผลต่อความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ อย่างมีระดับนัยสำคัญ 0.05
7. เพศต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ ไม่แตกต่างกัน
8. ระดับตำแหน่งต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ ไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ กรณีศึกษาในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม เป็นไปตามวัตถุประสงค์ในการวิจัยที่ตั้งไว้ ซึ่งสามารถอภิปรายผล ดังนี้

การนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านวัตถุประสงค์ของนโยบายเพื่อเป็นส่งเสริมการท่องเที่ยวในแบบวิถีไทย โดยใช้แนวคิดหลักในการส่งเสริม สร้างภาพลักษณ์ที่ดีและถูกต้องตามวิถีไทย จุดขายที่น่าสนใจที่สุด คือ ชีวิตความเป็นอยู่ของไทยใน 12 เมือง โดยให้คนไทยภาคภูมิใจในความเป็นไทยและเที่ยวเมืองไทย ดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย กระตุ้นให้เกิดการใช้จ่ายภายในประเทศ เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กลับมาฟื้นตัวอีกครั้ง 2) ปัจจัยด้านทรัพยากรของนโยบาย บุคลากรมีความรู้ความสามารถและเข้าใจนโยบายท่องเที่ยววิถีไทย เนื่องจากต้องมีการรับมอบนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยในการดำเนินงานของ ททท. และมีการฝึกอบรมให้เกิดความเข้าใจในวัฒนธรรมพื้นฐานของชาวต่างชาติ เช่น การทักทายในลักษณะของการเป็นเจ้าบ้านที่ดี เพื่อนำไปใช้ในการทำงาน โดยการใช้งบประมาณในการปฏิบัติงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากมีการประเมินจัดเก็บข้อมูลกิจกรรมในแต่ละครั้ง 3) ปัจจัยด้านการสื่อสารระหว่างหน่วยงานกับผู้ประกอบการของนโยบาย มีการพูดคุยและประสานงานระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้ประกอบการที่ต้องทำงานร่วมกัน มีการประสานงานระหว่างส่วนราชการและชุมชน เช่น นำคณะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้าเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชนต่างๆ ในพื้นที่รับผิดชอบ และการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวต่างชาติทราบถึงวิถีไทยในชุมชน 4) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจสังคม และการเมืองของนโยบาย การดำเนินนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยฯ เป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจ ทำให้เศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวดีขึ้น เกิดการท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มขึ้น มีการพบปะระหว่างเจ้าบ้านกับนักท่องเที่ยวที่มาเยือน ททท. คาดการณ์รายได้จากการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา 5) ปัจจัยด้านคุณสมบัติหน่วยงานที่รับผิดชอบของนโยบาย ผู้ปฏิบัติงานมีการร่วมกันทำงานเป็นทีมมีความสามัคคีเพื่อให้นโยบายประสบความสำเร็จและมีประสิทธิภาพ และมีการประสานงานกับ ททท. สำนักงานใหญ่ และ 6) ปัจจัยด้านทัศนคติของผู้นำนโยบายไปปฏิบัติของนโยบาย ผู้ปฏิบัติงานมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นระหว่างชุมชนหรือผู้ประสานงานกับส่วนต่างๆ เจ้าหน้าที่ร่วมแสดงความคิดเห็นอยู่บ่อยครั้ง เพราะต้องลงพื้นที่พูดคุยกับชุมชนและประสานงานเพื่อพัฒนาต่อไป โดยมีส่วนร่วมในพื้นที่รับผิดชอบ จ.สมุทรสงคราม จ.สมุทรสาคร จ.นครปฐม โดยปัจจัยทั้ง 6 ด้านส่งผลต่อความสำเร็จของการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ อย่างมีระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกิตติ บุญาค (2536) ศึกษาเรื่อง การนำนโยบายภาษีมูลค่าเพิ่มไปปฏิบัติ: การศึกษาวิเคราะห์เชิงปรากฏการณ์ในธุรกิจโรงแรม สอดคล้องกับการศึกษาของ วรเดช จันทรศร และลิขิต ธีรเวคิน ศึกษาเรื่อง การนำนโยบายไปปฏิบัติในระบบราชการไทยที่ได้ศึกษาการนำนโยบายไปปฏิบัติของกรมประมง ซึ่งเขียนรายงานไว้ในปี 2530 มองว่ากุญแจสำคัญของความสำเร็จการนำนโยบายไปปฏิบัติของกรมประมง คือ (1) หน่วยงานองค์การ กลุ่มบุคคลที่นำนโยบายไปปฏิบัติในส่วนภูมิภาค และท้องถิ่นขาดความเข้าใจในนโยบายของส่วนกลาง หรือนโยบายของกรม

(2) หน่วยงานระดับปฏิบัติขาดศักยภาพในด้านบุคคล เครื่องมือ อุปกรณ์ และงบประมาณ (3) ขาดการติดตามประเมินผลในการปฏิบัติงานระดับภูมิภาคและท้องถิ่นอย่างเป็นระบบ และ (4) ขาดการประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานของกรมระดับจังหวัด เช่น ขาดการร่วมใช้ทรัพยากร เป็นต้น และยังสอดคล้องกับแนวคิดของสมบัติ อารังค์ธัญวงศ์ (2548) กล่าวว่าความสำเร็จของการนโยบายนโยบายขึ้นอยู่กับการปฏิบัติกับปัจจัยสำคัญหลายประการ ได้แก่ 1) แหล่งที่มาของนโยบายจะต้องผ่านกระบวนการกำหนดนโยบายและ การตัดสินใจที่ถูกต้องตามกฎหมาย ขอบธรรม สอดคล้องกับค่านิยมของสังคม เป็นที่ยอมรับของ ประชาชนส่วนใหญ่ 2) ความชัดเจนของนโยบายจะยิ่งส่งเสริมให้มีการนโยบายนโยบายปฏิบัติมีความสอดคล้องกัน และนำไปสู่การบรรลุ วัตถุประสงค์ที่พึงปรารถนาอย่างมีประสิทธิภาพ 3) การสนับสนุนนโยบายควรมีกลุ่มผู้สนับสนุนนโยบายมากกว่าผู้คัดค้าน 4) ความซับซ้อนในการบริหารงาน การนโยบายนโยบายปฏิบัติให้ประสบความสำเร็จ มีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับโครงสร้างการบริหารงานขององค์กร 5) สิ่งจูงใจของผู้ปฏิบัติต้องไม่ทำให้ผู้นำนโยบายไปปฏิบัติเกิดความรู้สึกสูญเสียประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นกับตน 6) การจัดสรรทรัพยากรเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จของการนโยบายนโยบายปฏิบัติ

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า นโยบายการท่องเที่ยววิถีไทยส่งผลต่อบัณฑิตด้านเศรษฐกิจสังคม และการเมืองมากที่สุด โดยเห็นด้วยกับการปฏิบัติเกี่ยวกับนโยบายการท่องเที่ยววิถีไทยน้อยที่สุด 3 อันดับ คือ บัณฑิตมีการกำหนดงบประมาณที่ได้รับไว้อย่างชัดเจน บัณฑิตมีกลไกดูแล ติดตาม และการบริหารงาน และบัณฑิตมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นภายในองค์กร ดังนั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานสมุทรสงคราม ต้องมีการจัดทำงบประมาณ การบริหารงานที่ชัดเจนมีการประเมินจัดเก็บข้อมูลกิจกรรมในแต่ละครั้ง จากการลงพื้นที่พูดคุยกับผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดน้ำอัมพวา พบว่า ผู้ประกอบการรับรู้ถึงนโยบายการท่องเที่ยววิถีไทยในระดับน้อย ททท.ต้องส่งเสริมการมีส่วนร่วมระหว่างผู้ประกอบการโดยให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมทุกขั้นตอน เพื่อให้ชุมชนได้ตระหนักถึงความสำคัญต่อการจัดการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม อันจะนำไปสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป รวมถึงสำนักงานการท่องเที่ยวต้องลงพื้นที่พูดคุยกับชุมชน ให้ความรู้และประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวต่างชาติทราบถึงวิถีไทยในชุมชนเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย กระตุ้นให้เกิดการใช้จ่ายภายในประเทศ โดยประชาสัมพันธ์ตลาดการท่องเที่ยวผ่านสื่อในประเทศและต่างประเทศ มีการร่วมมือกับภาคเอกชนเผยแพร่แหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ในสื่อ Online เพื่อเพิ่มรายได้ให้ประเทศ กระจายรายได้สู่ท้องถิ่น ส่งผลให้คุณภาพชีวิตของคนไทยพัฒนาขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ ในมุมมองของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม หรือเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างผู้ประกอบการกับนักท่องเที่ยวต่อการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติจริง
2. ควรศึกษาปัจจัยสิ่งแวดล้อมและวิถีชีวิตของชุมชนที่อาจส่งผลกระทบต่อ การส่งเสริมท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม





บรรณานุกรม

กรมการท่องเที่ยว. (2555). **แผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์พัฒนาการท่องเที่ยว ปีพ.ศ. 2555-2559.**

กรุงเทพฯ:กองวิชาการท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). **ท่องเที่ยวชุมชน... ท่องเที่ยววิถีไทย** . สืบค้นเมื่อวันที่ 4

สิงหาคม 2558,จากhttp://www.mots.go.th/ewt_news.php?nid=6570

กองสารนิเทศ สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย.(2558). **ปีท่องเที่ยววิถีไทย 2558**. สืบค้นเมื่อวันที่

3 สิงหาคม 2558 , http://www.pr.moi.go.th/Logo_Travel2015 /Logo 20GUIDE

20Book_1.pdf

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.(2558).**เที่ยวหลากหลายสไตล์ภาคกลาง**. สืบค้นเมื่อวันที่ 8 สิงหาคม

2558 ,จาก <http://www.tiewpakklang.com/>

ขวัญข้าว พูลเพิ่ม, ศศิธร เจตนาพันธ์, เอื้องบุญ อุณรัตน์.(2550). **การวางแผนการตลาดเพื่อส่งเสริม**

การท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ในปี พ.ศ.2551. การศึกษาค้นคว้า

ด้วย ตนเอง ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนเรศวร.

ชวดี โกศลผล.(2552).**ประสิทธิผลการนำนโยบายการท่องเที่ยวไปสู่การปฏิบัติ ของสำนักงาน**

การท่องเที่ยว และกีฬาจังหวัดสุโขทัย.รัฐประศาสนศาสตร์สาขานโยบายสาธารณะ สำนัก

วิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร จังหวัดพิษณุโลก

นางสาวกาญจนา กันภัย และคณะ.(2552). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา.**

ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิตสาขาการตลาด มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.

นางสาว สุธามาศ สุธีวัฒนานนท์ .(2558).**ปัจจัยที่จะส่งผลให้นักบริหารประสบความสำเร็จหรือ**

ความล้มเหลวในการทำงาน. สืบค้นเมื่อวันที่ 7 สิงหาคม 2558,จาก

<https://www.gotoknow.org/posts/369254>

นิธิ เอียวศรีวงศ์.(2538).**วัฒนธรรมชุมชนกับการท่องเที่ยว.เวทีผู้ถูกท่องเที่ยว**. เชียงใหม่:สถาบันวิจัย

สังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ทัชชะพงศ์อัครพรหมธาดา.(2550). **ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ**

การจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. สารนิพนธ์ บธ.ม.

(สาขาการจัดการ).กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2557). **ประเด็นเศรษฐกิจในรอบปี 2557** . หน้า1

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. (2552). **ท่องเที่ยววิถีไทย**. สืบค้นเมื่อ

วันที่ 4 กันยายน 2558 ,จาก <http://www.tourvtthai.com/home/>

- รวีภา หอมเศรษฐี. (2541). **ประสิทธิภาพผลของการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ: กรณีศึกษาจังหวัดเชียงราย**.วิทยานิพนธ์ รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เรืองวิทย์ เกษสุวรรณ. (2551). **การนำนโยบายไปปฏิบัติ**. กรุงเทพฯ
- วรเดช จันทรศร. (2539). **การนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วิไลลักษณ์ รัตนเพียรธัมมะ. (2549). **ตลาดน้ำอัมพวา : การท่องเที่ยวและการจัดการ**. วารสารร่วมพฤษภา ปี ที่ 25, ฉบับที่ 1 (ต.ค. 2549 - ม.ค. 2550) : 72-125.
- ศิริพร ดาบเพชร คมคาย มากบัว และประจักษ์ แป๊ะสกุล. **ประวัติศาสตร์ไทย ม.4-ม.6**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: อักษรเจริญทัศน์.
- สัญญาทิพย์ เพ็ญนภักดิ์. (2554). **เครือข่ายการสื่อสารกับการพัฒนาชุมชน กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม**. รายงานการวิจัยมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- สำนักข่าว AECNEWS. (2557). **ท่องเที่ยววิถีไทย 12 จังหวัดทั่วไทย...ไม่ไป!!ไม่ได้แล้ว**. สืบค้นเมื่อวันที่ 11 สิงหาคม 2558, จาก <http://www.aecnews.co.th/travel/read/468>
- สำนักข่าวออนไลน์ไทยพับลิก้า . (2557). **บทความที่น่าสนใจ**. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 สิงหาคม 2558, จาก <http://thaipublica.org/2014/11/ncpo-cabinet-2557-11/>
- อุดม เขยกิจวงศ์. (2552). **ตลาดน้ำ : วิถีชีวิตของชุมชนที่อาศัยอยู่ริมแม่น้ำ**. กรุงเทพฯ : ภูมิปัญญาสร้างสรรค์. หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ. (2558). **โหมโรง“2558” ปีท่องเที่ยววิถีไทย**. สืบค้นเมื่อวันที่ 4 สิงหาคม 2558, จาก <http://www.thairath.co.th/content/472508>
- หนังสือพิมพ์รังสิต. (2558). **ยุทธศาสตร์กระทรวงท่องเที่ยวฯ ปี58 ท่องเที่ยววิถีไทย ดึงดูดรายได้เข้าประเทศ**. สืบค้น เมื่อวันที่ 7 สิงหาคม 2558, จาก <http://www.jr-rsu.net/article/1606#sthash.jhSFkGTi.dpuf>
- TAT Review Magazine. (2558). **2015 Discover THAINESS / ท่องเที่ยววิถีไทย ๒๕๕๘**. สืบค้นเมื่อวันที่ 18 สิงหาคม 2558, จาก <http://www.etatjournal.com/mobile/index.php/menu-read-tat/menu-2015/menu-12015/219-12015-discover-thainess>
- Mazmanian, A. Danicl, and Sabatier A Panl. (1981). **Effective policy implementation**. Lexiton Mass : D.C. Heath.
- Van, Meter, and Carl E. Van Horn. (1975). **“The policy implementation process: a conceptual framework”**. Administration and Society 16, 4 (February): 488.



แบบสอบถามเพื่อการวิจัย
ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ
กรณีศึกษาในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย
เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ
กรณีศึกษาในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

แบบสัมภาษณ์ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ กรณีศึกษาในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการทำสารนิพนธ์เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการนำนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ กรณีศึกษาในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ตามหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยเป็นการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานสมุทรสงคราม เพื่อให้แสดงความเห็นและข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัย

ประเด็นคำถามดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์และมาตรฐานของนโยบาย

1 วัตถุประสงค์ของนโยบายท่องเที่ยววิถีไทย

.....

.....

ทรัพยากรนโยบาย

1 การใช้งบประมาณในการปฏิบัติงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

2 วัสดุและอุปกรณ์ต่างๆที่มีอยู่เพียงพอ มีประสิทธิภาพและมีความทันสมัยต่อการปฏิบัติงานตามนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

3 บุคลากรมีความรู้ความสามารถและเข้าใจในนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยหรือไม่เพราะอะไร

.....

.....

การสื่อสารระหว่างหน่วยงานและผู้ประกอบการ

- 1 มีการพูดคุยและประสานงานระหว่างหน่วยงานและผู้ประกอบการหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

เศรษฐกิจทางสังคมและการเมือง

- 1 การดำเนินนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยฯ ส่งผลต่อสภาพเศรษฐกิจ สังคมและการเมืองอย่างไร

.....

.....

ทัศนคติของผู้ปฏิบัติ

- 1 ผู้ปฏิบัติงานมีการทำงานร่วมกันเป็นทีมหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

- 2 ผู้ปฏิบัติงานมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นกระบวนการปฏิบัติงานหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

แบบสอบถาม

ชี้แจง แบบสอบถามนี้มี 2 ตอน ได้แก่

ตอนที่1 ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการท่องเที่ยวไทยฯ

ตอนที่1 ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม

ชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ลงในช่องว่าง

- 1 เพศ ☐ หญิง ☐ ชาย
- 2 อายุ ☐ 20-30ปี ☐ 31-40ปี ☐ 41-50ปี
- ☐ 51-60ปี ☐ 60ปีขึ้นไป

3 ระดับการศึกษา

- ☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี
- ☐ ปริญญาตรี
- ☐ สูงกว่าปริญญาตรี

4 ตำแหน่ง _____

ตอนที่2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการท่องเที่ยวไทยฯ

ชี้แจง กรุณาให้คะแนน โดยทำเครื่องหมาย ลงในช่องที่ระดับความคิดเห็นของท่านทุกข้อที่กำหนดให้

ระดับ 5 มากที่สุด

ระดับ 4 มาก

ระดับ3 ปานกลาง

ระดับ 2 น้อย

ระดับ 1 น้อยที่สุด

ข้อ	รายละเอียด	ระดับความคิดเห็น				
		1	2	3	4	5
1	ความชัดเจนของวัตถุประสงค์ของนโยบาย					
2	มีการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติงานตามนโยบายอย่างชัดเจน					

ข้อ	รายละเอียด	ระดับความคิดเห็น				
		1	2	3	4	5
3	มีการกำหนดงบประมาณที่ได้รับไว้ อย่างชัดเจน					
4	ความพอเพียงของงบประมาณที่ ได้รับสำหรับการดำเนินนโยบาย					
5	ความชัดเจนของข้อมูล ประชาสัมพันธ์ของนโยบาย					
6	ความสามารถในการสื่อสารระหว่าง หน่วยงานกับผู้ประกอบการ					
7	การสร้างภาพลักษณ์ในการท่องเที่ยว ให้กับประเทศไทย					
8	นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทย มีประโยชน์กับประเทศไทยมากแค่ไหน					
9	มีกลไกดูแล ติดตาม และการ บริหารงาน					
10	มีการแบ่งงานกันอย่างชัดเจนใน หน่วยงาน					
11	ท่านมีความรู้ความเข้าใจในนโยบาย ส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยฯ					
12	การมีส่วนร่วมในการแสดงความ คิดเห็นภายในองค์กร					

โดยภาพรวมท่านคิดว่าการนํานโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยไปปฏิบัติ กรณีศึกษาใน
ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงใด โดยให้ท่านระบุคะแนนที่
คิดว่าเหมาะสม (1-100คะแนน) _____ คะแนน

ประวัติย่อผู้วิจัย



ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสาว กมลวรรณ เต็งชาตะพันธุ์
วัน เดือน ปี เกิด	5 กันยายน 2519
สถานที่เกิด	กรุงเทพฯ
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	2357/185 ถ.อ่อนนุช แขวง สวนหลวง เขต สวนหลวง กรุงเทพฯ
ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน	ผู้จัดการอาวุโส
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	87/2 อาคารซีอาร์ซี ออลซีซั่นเพลส ชั้น 12 ถนนวิทย์ แขวง ลุมพินี เขต ปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
ประวัติการศึกษา	
2542	นิเทศศาสตร์ สาขาประชาสัมพันธ์ จาก สถาบันราชภัฏสวนดุสิต
2558	รัฐประศาสนศาสตร์ สาขานโยบาย (สาธารณะ) จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ